

Ганский Платон Николаевич

аспирант, лаборант кафедры политологии
и политического управления
Кубанского государственного университета

БЛОГОСФЕРА И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ЭЛЕМЕНТЫ СОВРЕМЕННОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

Аннотация:

В статье рассмотрены особенности блогосферы и социальных сетей: феномен знакомых незнакомцев, сложная структура гиперссылок, сетевые связи и т. д. Отмечается среди большого количества блогеров наличие сравнительно ограниченного круга персон, обладающих значительным «социальным авторитетом» в рамках блогосферы. Делается вывод о необходимости пристального изучения блогосферы и социальных сетей как способных оказать положительное влияние на развитие современного политического процесса, демократизацию общества.

Ключевые слова:

блогосфера, социальные сети, структура гиперссылок, политический процесс, сетевые связи, социальный авторитет, информационные технологии.

Ganskiy Platon Nikolayevich

PhD student, Laboratory Assistant, Political Science
and Political Administration Department,
Kuban State University

THE BLOGOSPHERE AND THE SOCIAL NETWORKS AS ELEMENTS OF THE MODERN POLITICAL PROCESS

Summary:

The article discusses the features of the blogosphere and the social networks: the phenomenon of familiar strangers, the complex structure of hyperlinks, the network connections, and so on. The author notes that among a large number of bloggers there is a relatively limited circle of persons having a significant "social power" in the blogosphere. It is concluded that the blogosphere and social networks should be studied thoroughly since they are able to have a positive impact on the development of the modern political process and democratization of the society.

Keywords:

blogosphere, social networks, hyperlinks structure, political process, network communication, social power, information technology.

Вслед за развитием современных информационных технологий меняются и политические технологии, осваивая новые возможности. Интернет является новой быстро развивающейся областью для применения политических технологий. Перенос в интернет-пространство уже существующих политических технологий может принести как выдающиеся результаты, так и не меньшее разочарование. Впрочем, и применение технологий, изначально разработанных для работы с интернет-аудиторией, не всегда ведет к ожидаемому результату. На сегодняшний день наиболее перспективным выглядит совместное применение традиционных и новых политических технологий с их адаптацией под быстро меняющиеся условия интернет-коммуникации. Так, эффективные на заре развития Интернета массовые почтовые рассылки по электронной почте сейчас вызывают скорее раздражение. В результате можно сделать вывод, что чистые политические интернет-технологии могут обладать крайне низким сроком жизни. С другой стороны, связь с избирателями через официальные партийные сайты и сейчас остается весьма эффективным средством. Тем не менее большинство политических интернет-технологий на данный момент не являются чем-то совершенно новым и имеют связь с традиционными политическими технологиями.

Представляется важным рассмотреть такие инструменты интернет-технологий, как блогосфера и социальные сети. Сам по себе термин «блог» является заимствованием из английского языка, в котором в свою очередь слово «blog» представляет собой сокращение от «web log» (сетевой дневник). При этом в английском языке слово «блог» может быть не только существительным, но и глаголом, обозначающим процесс ведения блога. Фактически блог – это отдельный сайт или страница с открытым или ограниченным доступом, в большинстве случаев редактируемая одним человеком. Содержание блога в полной мере зависит от желаний и таланта пользователя, ведущего его. В большинстве случаев оно состоит из текстовых записей, посвященных каким-либо событиям, заинтересовавшим автора, участником которых он являлся, или содержит мнение автора о чем-либо, при этом включение информации в видео- или фотоформате также не ограничивается. Главным преимуществом и особенностью структуры блога является развитая система гиперссылок, которая позволяет каждому пользователю свободно публиковать и изменять как собственные записи, так и любые открытые записи других блогеров.

Чаще всего расположение материалов в блоге идет в обратном хронологическом порядке, т. е. каждая новая запись появляется перед предыдущими. «Хронологическая организация блога

хоть и кажется мелочью, но приводит к совершенно новой цепочке «распространение – продвижение – стоимость», – пишет американский программист Р. Скрента» [1]. Это позволяет гораздо более эффективно оповещать об обновлении контента, так как каждая новая запись занимает место в начале первой страницы. Как указывает Т. О'Рейлли, «RSS позволяет не просто ссылаться на страницу, но подписываться на нее, получая оповещение каждый раз, когда страница изменяется» [2]. Подобное явление Р. Скрента называет «прирастающей сетью» [3], другие ученые обычно используют термин «живая сеть».

Другой важной особенностью блогов является возможность оставить комментарий под записью как для посетителей, так и для автора блога. В целом политика комментирования определяется автором блога. Автор имеет возможность различными способами как ограничить комментирование, так и запретить его вообще. Наиболее популярными способами ограничения комментирования являются запрет оставлять анонимные комментарии, запрет на размещение ссылок (для борьбы с рекламой), введение капчи против ботов и премодерация. Сам же блог может выполнять самые разные функции. Он может играть роль фотоальбома, личного дневника, рекламной площадки, представлять определенное сообщество, быть площадкой выражения для тех или иных политических взглядов или быть посвященным определенной тематике. В целом в данный момент существует большое разнообразие блогов таких, как личные, корпоративные, тематические, которые могут существовать как на специализированных площадках, таких как <http://livejournal.ru>, <https://facebook.com/>, так и в рамках порталов различных сетевых СМИ (например, блоги «Эха Москвы», «Грани.Ру», «Сноба»).

В основе любого блога лежит сложная система гиперссылок. В любом блоге можно найти ссылки на другие блоги или внешние информационные ресурсы. Социологи получили массу материала для анализа подобных структур, исследуя общение гомосексуалистов, и выявили тенденцию поиска похожих среди окружения [4, р. 415–445].

Исследования коммуникации выявили сложную систему фильтров, с помощью которой люди отбирают и интерпретируют информацию, а также запоминают или забывают ее в зависимости от своих интересов [5]. В блогосфере индивидуальные предпочтения выражаются в виде решений о том, что читать, о чем писать, на что ссылаться и что комментировать. Как заметил Бенклер, ссылки на тех, с кем вы согласны или не согласны, лежат в основе блогов и по сути своей определяют их позицию [6]. В результате на основании ссылок и поведения в дискуссиях блоги легко представить как массивный корпус текстов и гиперссылок.

В совокупности блоги образуют особую коммуникационную среду, которую называют блогосферой. Это означает, что блоги представляют собой единую взаимосвязанную структуру внутри сети Интернет. Термин блогосфера появился как шутовое определение в 1999 г. [7]. Широкое распространение этот термин получил несколько позже, когда его уже всерьез использовал активный блоггер и американский писатель-фантаст У. Квик. На данный момент это устоявшийся термин, активно используемый в научной литературе.

Говоря о влиянии интернет-технологий на политический процесс, необходимо учитывать особенности размещения и поиска информации в интернет-пространстве. Что касается способа поиска информации в интернет-пространстве, следует отметить, что в данном случае в первую очередь имеются в виду процессы «социального поиска» информации. Это понятие может означать как целенаправленный поиск определенной информации, так и процесс осознанной и неосознанной фильтрации информационного потока пользователями. В этом процессе важнейшую роль играют личные сетевые связи пользователя, которые в сочетании с возможностями гиперссылок становятся основными каналами распространения информации в интернет-пространстве. Именно система связей между пользователями, в основе которой лежит постоянный обмен информацией и гиперссылками, является базовым элементом, позволяющим анализировать ту сложную гипертекстовую структуру, что представляет из себя интернет-пространство.

Таким образом, центральным элементом коммуникативного пространства становится интернет-аудитория. Исследователи отмечают, что она в целом соответствует критериям массы, т. е. обладает следующими характеристиками: случайность, рассредоточенность, высокая численность, неоднородность, неустойчивость, открытость для вхождения. Что касается влияния интернет-аудитории на политический процесс, особого внимания заслуживают механизмы, с помощью которых формируются ее запросы. Ведь именно на основе этих запросов будут формироваться информационные предпочтения и коммуникативное поведение пользователей. Как известно, одной из главных особенностей интернет-коммуникации являются широчайшие возможности по налаживанию обратной связи, крайне ограниченные для традиционных средств массовой информации, которым приходится довольствоваться в основном письмами, телефонными звонками и т. п. В результате в интернет-пространстве именно посредством механизмов обрат-

ной связи выстраивается информационная политика сетевых СМИ, блогеров и политических акторов. Несмотря на то что обратная связь в Интернете остается дистанционной, однако она является синхронной или почти синхронной, т. е. отклик можно наблюдать посредством того же канала, по которому транслируется информация. Более того, Интернет никак не ограничивает использование любых дополнительных каналов.

Канадский ученый М. Гладвелл оценивает роль личных сетевых связей при применении интернет-технологий в рамках теории общественных движений. В своем исследовании он связывает высокий уровень политического активизма с широким распространением сетевых социальных медиа. Обосновывая подобный вывод, он ссылается на результаты таких исследователей, как Д. МакАдам, А. Моррис, М. Гранновтер и др., которые полагают, что Facebook, Twitter и другие социальные медиа могут привести революционные изменения в области организации политической активности. При этом он не в полной мере согласен с теми, кто связывает современную политическую активность в мире с новыми формами мобилизации. Гладвелл утверждает, что механизмы политической мобилизации скорее ориентированы на использование сильных персональных сетевых связей, таких как коммуникация с близкими знакомыми, с которыми человек достаточно часто контактирует, именно они достаточно сильны, чтобы толкнуть пользователя принимать реальное активное участие в политическом процессе, тогда как связи, возникающие между пользователями социальных сетей, являются слабыми [8].

Подобное наблюдение важно учитывать при выборе политическим актором своей коммуникативной стратегии в интернет-пространстве. Гладвелл считает, что «платформы социальных медиа строятся на основе слабых персональных сетевых связей. Twitter, например, это способ поддерживать связь с теми людьми, с которыми вы могли бы никогда и не встретиться. Facebook – это инструмент для эффективного управления своими знакомствами и для поддержания связей с теми людьми, с которыми вы иначе не были бы способны оставаться в контакте. Именно поэтому вы можете иметь тысячи «друзей» на Facebook – столько, сколько у вас бы никогда не было в реальной жизни. Это удивительно во множестве отношений, и в этом-то заключается сильная сторона слабых сетевых связей, о которой говорил Марк Гранновтер. «Наши знакомые, а не наши друзья являются величайшим источником новых идей и информации» [9]. Именно поэтому при выборе политическим актором коммуникативной стратегии в интернет-пространстве важно ориентироваться на слабые персональные сетевые связи (т. е. коммуникаций пользователя с удаленными контактами, с которыми он редко взаимодействует тесно).

Другой важной особенностью социальных сетей, кроме возможностей создания новых знакомств между пользователями, является возможность сделать видимой систему своих социальных связей и контактов. Это способствует установлению новых социальных связей, которые в противном случае, скорее всего, не возникли бы. Чаще всего подобные связи устанавливаются с теми пользователями, которые уже объединены «латентными связями», обычно рожденными в реальной, а не виртуальной среде. При этом часто участники крупных социальных сетей в большинстве случаев не обязательно ищут новые знакомства, а налаживают связи с людьми, с которыми они так или иначе взаимодействовали в реальной жизни [10].

Н. Агаруол подробно рассматривает подобные вопросы в рамках так называемой проблемы «знакомых незнакомцев». Он и его коллеги по исследовательской лаборатории в Принстоне изучают проблему поиска «знакомых незнакомцев» в блогосфере (т. е. тех членов социальной сети, которые не связаны друг с другом непосредственно, но обнаруживают между собой некую схожесть). В результате они делают вывод о том, что «распределение связей согласно степенному закону, действующее в социальных сетях, определяет тот факт, что большинство участников социальных сетей связано лишь с небольшим числом таких же рядовых участников, таким образом, участники, демонстрирующие общие черты, чаще всего не известны друг другу». «Более того, – отмечают они, – большинство среднестатистических членов социальной сети имеют очень ограниченный взгляд на нее, что создает дополнительные сложности в объединении этих «знакомых незнакомцев» [11, р. 1].

Еще одной важной частью социальных сетей в интернет-пространстве является возможность создания внутри них различных сообществ и групп. Подобные сообщества могут возникать на основании самых разных причин. Так, например, существуют сообщества, объединяющие поклонников тех или иных произведений, музыкальных исполнителей, актеров и т. д., сообщества, посвященные тем или иным сферам общественной жизни – экономике, культуре, политике и др. Обычно сообщества создаются в рамках крупных социальных сетей широкого охвата, однако и сами сети могут быть специализированными, ориентируясь на группы людей с определенными интересами.

В своей статье «Власть и политика блогов» американские ученые Х. Фаррел и Д.В. Дрезнер анализируют влияние блогеров и блогосферы в целом на политические процессы в США. Отмечая сетевую структуру как ключевую особенность блогосферы, они предлагают рассматривать последнюю, концентрируя внимание на двух основных моментах: неравномерном распределении читателей во всей совокупности блогов, а также все возрастающем взаимодействии между блогами и основными средствами массовой информации [12, р. 19].

В целом сетевые связи, в рамках которых посредством гиперссылок между пользователями идет постоянный обмен различными идеями, мнениями и информацией, являются специфической характеристикой блогосферы. При этом на основании ссылок и значения посещаемости страниц можно составить своеобразную карту блогосферы. И. Ашманов и А. Иванов отмечают, что «блог стал почти таким же обязательным атрибутом пользователя Сети, как электронная почта. При таком большом количестве блогов среди них растет конкуренция за внимание читателей» [13, с. 369].

Констатируя факт влияния блогосферы на политический процесс, Х. Фаррел и Д.В. Дрезнер отмечают, что блогеры хотя и генерируют ежедневно массу сообщений и тем, но влияние среднестатистического блогера на политический процесс остается пренебрежительно малым. Кроме того, они отмечают, что основное количество ссылок и трафика в блогосфере приходится на крайне ограниченное число блогеров, на которые и обращено всеобщее внимание. Благодаря такому распределению, горстка «избранных» блогеров может выступать как в качестве собирателей информации, так и в роли «суммарной статистики» по блогосфере [14, р. 19]. Данное наблюдение является зримым подтверждением принципов так называемого «социального авторитета», который во многом регулирует распространение информации в сети Интернет. Что позволяет говорить о том, что и для распространения информации в сети Интернет необходимо ориентироваться на цепочку «источник» – «лидеры мнений» – «рядовые пользователи».

С другой стороны, американские ученые отмечают, что в специализированных сообществах распределение ссылок значительно отличается, что позволяет говорить о том, что состояние блогосферы в целом не отражает тенденций каждого из ее сегментов. Часто новые блогеры с целью заявить о себе в Сети размещают у себя ссылки на уже известных блогеров, которые уже имеют множество входящих ссылок. Подобное явление характерно для блогосферы в целом и не зависит от конкретной площадки или страны, что подтверждается исследованиями феномена «знакомых незнакомцев» и слабых сетевых связей.

Фаррел и Дрезнер считают, что одной из основных причин, связывающих блогосферу с политическим процессом, является то, что политики, журналисты и лидеры общественного мнения регулярно читают блоги с целью выявления наиболее актуальных тем повестки дня в обществе. Подобное обусловлено наличием специфических связей между СМИ и блогерами, а также тем, что ряд блогеров обладают определенными политическими знаниями и опытом. Они особенно отмечают, что блоги имеют значительное преимущество по доступности и скорости публикации, что позволяет захватить инициативу и первым преподнести свой взгляд на происходящие события. Как отмечают Иванов и Ашманов, «если вы написали что-то действительно интересное, «цепляющее», то цитаты и ссылки на ваше сообщение разойдутся буквально за сутки, в сотнях и тысячах экземпляров. Это происходит в силу гораздо большей связности блогов по сравнению с обычными сайтами» [15, с. 372]. В итоге Фаррел и Дрезнер делают вывод о том, что политические комментаторы все больше будут полагаться на блоги как на источники интерпретации фреймов для политических событий [16, р. 17]. Поэтому при выработке эффективной коммуникативной стратегии в интернет-пространстве необходимо постоянно учитывать особенности распространения информации в сети Интернет, ее ссылочно-сетевую структуру.

В целом можно сделать вывод, что значимость исследования роли социальных сетей и блогов в политике обусловлена рядом причин:

Во-первых, социальные сети и блогосфера являются сравнительно новым явлением и еще не получили глубокого теоретического осмысления в политической науке, а проблемы внедрения и использования их возможностей, а также влияния, оказываемого ими на политический процесс, по-прежнему слабо разработаны.

Во-вторых, современные социальные сети и блогосфера способствуют трансформации и модернизации политических институтов и процессов, а также оказывают значительное влияние на процессы передачи информации в обществе, а значит, могут способствовать как укреплению доверия граждан к власти, так и подрыву ее авторитета у населения.

В-третьих, использование социальных сетей и блогов в политической практике предоставляет широкие возможности для участия граждан в процессе принятия политико-управленческих решений, что может способствовать значительной демократизации общества.

Ссылки:

1. Skrenta R. The Incremental Web [Электронный ресурс] // Topix Weblog. 2005. 12 Feb. URL: <http://blog.topix.com/archives/000066.html> (дата обращения: 17.04.2015).
2. О'Рейлли Т. Что такое Веб 2.0 / пер. Н. Казаковой [Электронный ресурс]. URL: <http://www.computerra.ru/think/234344/> (дата обращения: 17.04.2015).
3. Skrenta R. Op. cit.
4. McPherson M., Smith-Lovin L., Cook J.M. Birds of a Feather: Homophily in Social Networks // *Annual Review of Sociology*. 2001. № 27. P. 415–445.
5. Sears D.O., Freedman J.L. Selective exposure to information // *Public Opinion Quarterly*. 1967. № 31. P. 194–213.
6. Benkler Y. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, 2006.
7. Brad J. Weblog. Friday, September 10, 1999 [Электронный ресурс] // *The Brad Lands: The home of Brad L. Graham: America's leading source of Brad-related news since 1998*. URL: http://www.bradlands.com/weblog/comments/september_10_1999/ (дата обращения: 17.04.2015).
8. Gladwell M. Small Change: Why the revolution will not be tweeted [Электронный ресурс] // *The New Yorker*. 2010. 4 Oct. URL: http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa_fact_gladwell?currentPage=all#ixzz11rihbQzc (дата обращения: 20.04.2015).
9. Ibid.
10. Bond D.M., Ellison N.B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship // *Journal of Computer-Mediated Communication* [Electronic resource]. Electronic dat. *Journal of Computer-Mediated Communication*, cop. 2009.
11. Agarwal N. A Social Identity Approach to Identify Familiar Strangers in a Social Network // *The International Conference on Web logs and Social Media*. 2009. May 17–20. San Jose, California, cop. 2009, Association for the Advancement of Artificial.
12. Farrell H., Drezner D.W. The power and politics of blogs // *Public Choice*. 2008. № 134. P. 15–30.
13. Ашманов И., Иванов А.. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. СПб., 2009.
14. Farrell H., Drezner D.W. Op. cit.
15. Ашманов И., Иванов А. Указ. соч.
16. Farrell H., Drezner D.W. Op. cit.

References:

1. Skrenta, R 2005, 'The Incremental Web', *Topix Weblog* Feb. 12, 2005, retrieved 17 April 2015, <<http://blog.topix.com/archives/000066.html>>.
2. O'Reilly, T 2005, *What is Web 2.0*, retrieved 17 April 2015, <<http://www.computerra.ru/think/234344/>>.
3. Skrenta, R 2005, 'The Incremental Web', *Topix Weblog* Feb. 12, 2005, retrieved 17 April 2015, <<http://blog.topix.com/archives/000066.html>>.
4. Miller McPherson, Lynn Smith-Lovin & James, M 2001, 'Cook. Birds of a Feather: Homophily in Social Networks', *Annual Review of Sociology*, no. 27, pp. 415-445.
5. Sears, DO & Freedman, JL 1967, 'Selective exposure to information', *Public Opinion Quarterly*, no. 31, pp. 194-213.
6. Benkler, Y 2006, *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, New Haven.
7. Brad, J 1998, 'Weblog. Friday, September 10, 1999', *The Brad Lands: The home of Brad L. Graham: America's leading source of Brad-related news since*, retrieved 17 April 2015, <http://www.bradlands.com/weblog/comments/september_10_1999/>.
8. Gladwell, M 2010, 'Small Change: Why the revolution will not be tweeted', *The New Yorker*. 2010 Oct. 4, retrieved 20 April 2015, <http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa_fact_gladwell?currentPage=all#ixzz11rihbQzc>.
9. Gladwell, M 2010, 'Small Change: Why the revolution will not be tweeted', *The New Yorker*. 2010 Oct. 4, retrieved 20 April 2015, <http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa_fact_gladwell?currentPage=all#ixzz11rihbQzc>.
10. Bond, DM & Ellison, NB 2009, 'Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship', *Journal of Computer-Mediated Communication, Electronic dat. Journal of Computer-Mediated Communication*.
11. Agarwal, N 2009, 'A Social Identity Approach to Identify Familiar Strangers in a Social Network', *The International Conference on Web logs and Social Media*. 2009. May 17-20. San Jose, California, Association for the Advancement of Artificial.
12. Farrell, H & Drezner, DW 2008, 'The power and politics of blogs', *Public Choice*, no. 134, pp. 15-30.
13. Ashmanov, I & Ivanov, A 2009, *Optimization and website promotion in search engines*, SPb.
14. Farrell, H & Drezner, DW 2008, 'The power and politics of blogs', *Public Choice*, no. 134, pp. 15-30.
15. Ashmanov, I & Ivanov, A 2009, *Optimization and website promotion in search engines*, SPb.
16. Farrell, H & Drezner, DW 2008, 'The power and politics of blogs', *Public Choice*, no. 134, pp. 15-30.