

## Социальные сети как фактор формирования социокультурного пространства города

Научный руководитель – Мартыненко Татьяна Сергеевна

*Лисичёнок Александр Андреевич*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

*E-mail: e.a.rfox@mail.ru*

В современных социальных реалиях возрастает роль интернета и социальных сетей, что связано с усложнением общественного взаимодействия и наличием тесного сосуществования различных социальных групп на территории одного мегаполиса. Все это позволяет сравнить современные города с важными узлами подобных социальных сетей, формирующими и задающими определенную динамику общественно-экономического развития. Крупные города в данном случае могут рассматриваться как центры роста, что характеризует их как географическую интерпретацию важнейших полюсов роста. Это означает, что в мегаполисах локализируются компактно размещенные и динамично развивающиеся отрасли промышленности, отдельные предприятия, высококвалифицированные специалисты, неоднородные социальные группы, которые образуют в своей совокупности «импульс развития», оказывающий особое влияние на территориальную структуру экономики. По И. Гофману, социальные сети представляют собой как бы «себя показывание», которое культивируется и превозносится в современном мире[1].

На основании проанализированных данных из авторитетных источников, было дано собственное определение социальной сети: это веб-сайт или мобильное приложение, в котором реализована функция общения с друзьями, родственниками, одноклассниками, подписчиками и фанатами. Сегодня в мире насчитывается около десятка самых популярных социальных сетей, в которых люди проводят почти все свое свободное и иногда рабочее время. В социальных сетях люди не только любят фотографии друзей, но и получают актуальные новости о происходящем в стране и мире.

Также, стоит отдельно остановиться на таком явлении, как «Messenger». Это приложения для обмена мгновенными сообщениями, видео, аудио и другой закодированной информацией. Мессенджеры отличаются от социальных сетей тем, что в них гораздо удобнее быстро передавать информацию, а также практически отсутствует информация о пользователе, что делает данный вид передачи информации более удобным и быстрым: пользователи сосредоточены только на обмене, не отвлекаясь на информацию из профиля. Также, в них присутствует возможность создавать групповые чаты для общения с большим количеством людей одновременно. Данное социальное явление меняет способ передачи информации и ускоряет его во много раз, что уменьшает время, затраченное на общение.

Не так давно в мире начали появляться интернет-кафе, которые стали предтечей современных изменений в городском пространстве. Интернет-кафе - это пространство, которое предлагает возможность выпить кофе или принять пищу, при этом давая возможность находиться в интернете по средствам предоставления условий для этого. Появление широкополосного интернета и повсеместного «wi-fi», а также возможности полноценно находиться в социальных сетях стало убийственным для интернет-кафе, поскольку теперь каждый может вне зависимости от пространства находиться на связи. Но это не избавило людей от потребности в пространствах, подобных интернет-кафе. В городах начали появляться зоны на открытом воздухе со скамейками и бесплатным «wi-fi».

Термин «социокультурное пространство» довольно распространен в современной философской и культурной литературе. По данным активных исследований интерес к этому вопросу В. С. Цукерман объясняет себя «эвристическими возможностями, которые лежат в анализе этого явления в контексте сложных взаимосвязанных процессов глобализации и регионализации, универсализации»[2]. Современное общество и разнообразие его локальных проявлений". Другими словами, эта категория оказывается, является формой, которая способна удовлетворить и структурировать весь спектр подходов, существующих сегодня, чтобы описать и определить сущность социальных и культурных изменений. Многие ученые объясняют законность введения этого термина тем, что исследование невозможно социальная реальность в отрыве от культурного и наоборот.

Социокультурное пространство - это не просто физическое, реальное пространство. Это пространственная среда человека - своего рода физическое и психическое выражение организации пространства человеком. Именно человек, его социальные связи формируют социокультурное пространство как особую пространственно-временную целостность. Через коммуникативную среду человек формирует социокультурное пространство города. Граждане являются основными носителями социальной и культурной специфики. Здесь важно все: этническая принадлежность, уровень образования, возраст и характер деятельности.

Структуру самоконструирования личности в социальных сетях можно представить 2-мя основными уровнями, выделенными по критерию степени социокультурной интеграции личности в социальную сеть Интернета: 1) уровень личностно-деятельностных практик отражает реализуемые в информационно-коммуникативном пространстве социальных сетей Интернета социокультурные практики личности, характеризующие содержательно-деятельностную сущность пребывания её в данных социальных сетях, при котором социальные сети выступают как средство такой деятельности; 2) сетевые взаимодействия в интернет-сообществах - как потенциально высшая форма осуществления коллективной деятельности, укладывающаяся в рамки парадигмы развития интернет-технологий и программного обеспечения, ориентированного на консолидацию усилий учёных, профессионалов и творческой интеллигенции по созданию высококачественного контента в принципиально новой информационной среде.

Таким образом, инструменты социальных сетей (фото, записи, комментарии, лайки и т.д.) выступают средствами «работы лицом» (И. Гофман), позволяющей управлять впечатлениями и представлять себя другим не только в действительном, но и желаемом образе. Процесс взаимной колонизации виртуального и реального, публичного и частного приводит к тому, что социальные практики в реальной жизни начинают подчиняться законам виртуальной реальности. Возможности публичной демонстрации сконструированного и отличающегося от реальности образа предопределяют конструирование нарративов повседневной жизни, предназначенных для публичной презентации в социальных сетях. Тем самым пользователь социальной сети символически обозначает то место в иерархии реального социального пространства, которое востребовано, но не обязательно достигнуто в данный момент. Поэтому в ситуации невозможности занять желаемые позиции в социальной структуре общества социальные сети выполняют компенсаторную функцию.

### Источники и литература

- 1) Гофман И. Представление себя другими в повседневной жизни. М., 2000.
- 2) Цукерман В. С. Единое социокультурное пространство: аспекты рассмотрения// Вестник культуры и искусств. 2009. № 2 (18).