

Секция «Социальная философия и философия истории»

Социальные сети: революция Web 2.0.

Научный руководитель – Ашкерев Андрей Юрьевич

Цуркан Евгений Геннадьевич

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра социальной философии, Москва, Россия

E-mail: unigenitum@mail.ru

Распространение интернета, проходившее параллельно с распространением персональных компьютеров и других электронных девайсов, явилось революцией в коммуникации, сравнимой по значимости с изобретением печатного станка. На смену «Галактики Гуттенберга» [n4] постепенно приходит «Галактика Интернет» [n3]. Появление социальных сетей и связанной с ними концепции Web 2.0 [n6], в свою очередь, явилось революцией внутри интернета. Существование Сети - это факт, с которым нельзя не считаться [n2]. Сеть затрагивает практически все аспекты современной жизни. Человечество захлестнула волна инноваций: краусёрвинг, краудфандинг, краудсорсинг, каршеринг и многое другое. Вчерашние открытия сегодня становятся частью нашей повседневности. Можно констатировать, что в будущем влияние сетевых технологий только усилится.

В социальной сети, являющейся продолжением логики, заложенной в протоколы, фундирующие интернет, содержится большой эмансипационный и демократизирующий потенциал. Тенденция сетевизации социальных отношений, выраженная, в том числе, в одноранговом включении пользователей в социальную сеть, уравнивает в правах всех пользователей, расширяя возможности самовыражения каждого отдельного индивида. Как утверждал Энди Уорхол: «В будущем каждый может стать всемирно известным на 15 минут», мы же можем констатировать, что будущее уже наступило.

Рядовой пользователь социальной сети - сам себе автор, редактор, продюсер, критик, литературный агент и PR-менеджер. Безвозмездно делясь информацией, как собственного производства, так и чужого, он вступает в перманентный коллективный информационный дарообмен, подстёгиваемый механизмом лайкообмена. Работая над своим сетевым профилем, то есть цифровой идентичностью, пользователь создаёт, репостит и оценивает контент для повышения своего социального статуса, при этом выступая участником коллективного труда. Пользователь является индивидуализированным узлом сети, действующим, исходя из своих интересов, но вместе с тем - частью сети, действующей в интересах коллектива.

Конечно, тенденции сетевизации чрезвычайно противоречивы. Одноранговое включение продуктов культуры в сеть стирает границы между высокой и низкой культурой, превращая культуру в прилавок, посредством которого пользователь формирует своё цифровое Я, фиксируя в пользовательском профиле свои потребительские привычки [n5]. Кроме того, «мудрость масс», как критерий качества контента, не смотря на все свои преимущества перед ограниченностью редакционного совета, часто приводит к примитивизации контента.

Приведут ли тенденции сетевизации к становлению киберкоммунизма [n1] или же к новой гибридной версии капитализма с повсеместной монетизацией, шифрованием и процедурами верификации? Вопрос остаётся актуальным и требующим изучения. Одно можно сказать наверняка: интернет и социальная сеть находятся на острие прогресса, от степени реализации имманентно заложенного в протоколы эмансипационного потенциала, попытка описания которого будет представлена в докладе, зависит картина будущего, которую мы получим.

Источники и литература

- 1) Барбрук Р. Интернет-революция. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015.
- 2) Бард А., Зодерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004.
- 3) Кастельс М. Галактика Интернет: Размышление об интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория, 2004.
- 4) Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Киев: Ника-Центр, 2004.
- 5) Сибрук Дж. Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015.
- 6) O'Reilly T. What Is Web 2.0 [Электронный ресурс]. 2005. Режим доступа: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>, свободный. — Загл. с экрана.