

Литература

1. Дюверже М. Политические партии / Пер. с франц. - М.: Академический Проект, 2000; М. Михельс Р. Социология политической партии в условиях демократии // Диалог. 1990. № 5, 9; 1991. № 4..
2. Кислицын С.А., Лощилов П.Г. Проблемы формирования гражданского общества в условиях российской демократической реформации. Ростов н/Д., 2004. С.22.
3. Кислицын С.А. Контрэлиты, оппозиции и фронды в политической истории России. М. 2011; Чижов Д.В. Российские политические партии как институт гражданского общества и политической системы. - дис. на соиск. уч. ст. к.полит. н. М.: 2006.
4. Кислицын С.А. С.А. Кривчук И.А. Демократическая и коммунистическая оппозиции в России как субъекты формирующегося гражданского общества // Социология власти. Общественно-политический журнал. М.: Изд-во РАГС, 2008. № 4.; Зорько И.С., Кислицын С.А. «Справедливая Россия» – новая социал-демократическая партия. Ростов н/Д. 2013. .
5. См. Устав политической партии «Справедливая Россия». М.: М.: Издательский дом «Ключ-С», 2011. С.4
6. Там же.
7. «Справедливая Россия» Программа партии. - М.: Издательский дом «Ключ-С», 2011 С. 5
8. Орлов Б.С. Социал-демократия в судьбах России // Финансы, право, менеджмент» 2009. №2.
9. Там же
10. Макаренко Б. Цена вопроса // <http://www.kommersant.ru/doc/1873832>
11. Проблемы строительства политических партий и гражданского общества в современной России. 2-е издание — исп. и доп. Отв. Ред. Кислицын С.А. - Ростов н/Д, ЗАО «Ростиздат», 2011. - 352 с.

УДК323:005

Чумаян К. П.

Расширение аудитории интернет-пользователей в России в контексте социальных трансформаций информационного общества

В статье анализируется интернет-сфера России, показана роль альтернативных СМИ в становлении новой информационной эпохи. Выделяется структура русскоязычной блогосферы. Выявляется фактор распространения социальных сетей в России и расширение их аудитории. В статье также уделено внимание усилению влияния альтернативных СМИ на социальные процессы. Показано, что представляют собой социальные группы в интернет-пространстве.

Ключевые слова: интернет-аудитория, социальная сеть, социальные группы, информационная революция, блогосфера, альтернативные СМИ, интернетизация, блоггер.

На рубеж тысячелетий пришлось становление новой информационной эпохи, по мнению ряда авторов — информационной революции. К числу ее характерных особенностей следует отнести демократизацию средств массовой информации, переход информационной активности в сферу Интернет. Традиционные электронные (те-

левидение) и печатные средства массовой информации оказались серьезно потеснены новыми или альтернативными СМИ, прежде всего, в Интернет-пространстве. Для последних двух десятилетий XX столетия и, примерно, первой половины — середины первого десятилетия XXI века в условиях технологически развитых стран характерна возрастающая роль Интернет-сайтов и Интернет-блогов в структуре обеспечения населения информационной продукцией. Традиционные средства массовой информации (телеканалы и печатные издания) обзаводятся собственными Интернет-дублями («электронные версии телевизионных и печатных СМИ»). Параллельно возникают издания и завоевывают новую аудиторию, изначально ориентированные на Интернет-аудиторию.

Россия, как и другие ведущие государства мира, вступила в эпоху информационного общества, что было подтверждено Хартией информационного общества, подписанной в 2000 году.

Появление Интернет-сайтов в качестве новых средств массовой информации означало технологическую и, вместе с тем, социальную революцию в сфере информационных технологий, поскольку с их созданием: 1) был чрезвычайно облегчен доступ к СМИ и 2) произошла существенная демократизация не только доступа к информационным продуктам, но и их создания. В специальной литературе по области использования (распространения) выделяют следующие виды сетей: локальные, региональные (территориальные) и глобальные. Из них локальные вычислительные сети (ЛВС) или LAN (Local Area Network) обеспечивают взаимодействие небольшого числа однородных компьютеров на небольшой территории [1]. Сеть Интернет развивается от пассивного информационного хранилища (Web 1.0) к генерируемому пользователем систему прямого участия (Web 2.0). Социальное измерение этой технологической инновации — возникновение более интеллектуального партнерства с коллективным разумом и возможностями моментально-своевременного знания (Web 3.0). К середине 2008 года число пользователей, регулярно использующих Интернет, составило около 1,5 млрд человек (около четверти населения Земли) [2]. При этом Интернет и мобильная телефонная коммуникативная сети срастаются, увеличивая доступ к мировым знаниям.

Изменившуюся картину мы наблюдаем на следующем этапе новой информационной эпохи — эпохи распространения социальных сетей, начало которой положено приблизительно в середине последнего десятилетия XX века. Однако настоящий всплеск активности и распространения ареала социальных сетей было положено в середине первого десятилетия XXI века. Это связано с расширением аудитории социальных сетей и распространением ареалов Интернет-сообществ: блогов, Живого Журнала и т.п. Википедия определяет социальные сети как «платформу, онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений» [3].

На фоне растущей конфликтности мирового политического процесса, СМИ как социально-политический и этнокультурный институт обладают огромным мобилизационным потенциалом, который может носить как толерантный, конструктивный характер, стимулируя гармонизацию межэтнических отношений, так и деструктивный характер, усиливая риск этнополитической дестабилизации.

Усиление влияния «альтернативных СМИ» на социальные процессы в значительной степени вызвано формированием на современном этапе т.н. «сетевое» (информационное) общества. Его суть сводится к доминированию горизонтальных связей в сфере человеческих взаимоотношений. Несмотря на то, что сети являются

очень старой формой социальной организации, именно в информационную эпоху они становятся основой социальной модели общества. Имея преимущество перед традиционными иерархически организованными морфологическими связями, социальные сети обладают наиболее подвижными и адаптивными формами организации. Несмотря на то, что у них имеются сложности в координировании функций, в сосредоточении ресурсов на определенной цели и управлении решением сложных задач за рамками определенного размера сетей, на современном этапе информационные технологии разрешают проблему координации и сложности в интерактивных системах с обратной связью и коммуникацией образцов внутри сети. Они создают беспрецедентное сочетание подвижности и возможности выполнения задачи, скоординированного принятия решения и децентрализованного исполнения, которые обеспечивают высшей степени сложную социальную морфологию и самый высокий уровень организации для всех социальных действий.

Скорость и форма структурных трансформаций в обществе обеспечивают новую форму социальной организации, проистекающую из широкого распространения информационных сетей как преобладающей социальной формы. Современные исследователи отмечают, что основное преимущество сети – слабая структурированность либо отсутствие внутренней структуры, что дает преимущества сетевым формам организации для эффективного функционирования и быстрой реакции на изменения внешней среды. На современном этапе неформальные сетевые структуры свойственны даже жестким иерархическим организациям, и формальная структура в организации не всегда противостоит неформальной. Так, в некоторых социальных группах система власти осуществляется на основе неформальных группировок и соглашений [4]. В данной связи Интернет-среда способствует становлению и развитию неформальных связей в современных социальных процессах.

Интенсивность складывания « сетевого » общества на современном этапе обусловлена уровнем развития информационных процессов в том или ином регионе. С развитием Интернета в России стали развиваться различные Интернет-сообщества, которые во многом стали основой для развития сетевой модели общества. По сравнению с социальными сетями зарубежных стран русскоязычный Интернет и его составная — блогосфера характеризуется рядом специфических характеристик. Как отмечается в специальной литературе, « Эти платформы, которые мы называем гибридами социальных сетей (СС), сочетают в себе черты, характерные для открытых блог-платформ (например, Blogspot, Wordpress) с функциями замкнутых социальных сетей (например, Facebook, MySpace). В русскоязычной блогосфере доминируют четыре таких гибрида СС (LiveInternet, Ya.ru, blog.mail.ru и Живой журнал)» [5]. При этом другой общемировой лидер, сеть Твиттер, распространяется в России также с высокой динамикой. Пользователи этих платформ составляют 70 процентов от общей сети, и все они следуют модели новаторской платформы, Живого журнала, с характерными для платформы "друзьями", комьюнити, группами и функцией обмена файлами.

По данным Фонда «Общественное мнение» на осень 2012 года, месячная аудитория Интернета в России составила 61,2 млн. человек старше 18 лет, то есть более 52% всего совершеннолетнего населения страны. Для большинства пользователей Интернет стал повседневным, привычным явлением - три четверти пользователей (почти 47 млн. человек) выходят в сеть ежедневно.

На современном этапе по среднероссийским показателям по-прежнему фиксируется рост Интернет-аудитории, хотя за последние годы динамика роста несколько

ко снизилась. Если с осени 2010 г. по осень 2011 г. она составляла 17%, то с 2011 г. по 2012 г. — только 12%. Согласно региональным показателям темпы роста пользователей сети Интернет увеличились в Центральном и Уральском федеральных округах. Наиболее низкие темпы роста зафиксированы в Дальневосточном федеральном округе (ДФО), который ещё год назад лидировал по этому показателю. Москва и Санкт-Петербург, несмотря на всеобщее замедление, увеличили темпы роста Интернет-аудитории — однако происходит это за счёт увеличения населения мегаполисов, а не за счёт роста проникновения интернета (доли пользователей интернета среди жителей). Данные статистики фиксируют прекращение роста пользователей сети Интернет на отметке 70%.

Следует особо подчеркнуть, что аудитория Интернета увеличивается в основном за счёт регионов — 86% новых пользователей живут за пределами Москвы и Санкт-Петербурга. Это чуть меньше, чем в предыдущие годы, когда на регионы приходилось более 90% новой аудитории. Наибольший вклад в рост этого показателя внесли города с населением менее 100 тысяч человек. Здесь проникновение увеличилось за год на 7 процентных пунктов¹, достигнув среднего уровня по России. По данным TNS, в городах с населением более ста тысяч жителей практически у всех пользователей (94%) есть выход в интернет из дома, причем у большинства из них — широкополосный. При этом сельская местность по-прежнему значительно отстаёт от среднероссийского показателя роста Интернет-аудитории в России. Кроме того, за последний год темпы роста проникновения Интернета в сёлах значительно замедлились (5 п.п. против 8 п.п. в 2011 году).

Как отмечается в исследованиях аудитории русскоязычного Интернета, «В национальном масштабе распространённость интернета в России является относительно низкой, всего около 37 процентов населения, но она быстро растёт. Темп роста доступа к интернету в России был устойчивым и экспоненциальным, особенно в районах за пределами Москвы. В период с 2002 по 2010 год доля интернет-пользователей увеличилась почти в семь раз, примерно с 5 до 35 процентов. В Москве темп был немного медленнее, но все равно впечатляющим, с увеличением доступа к интернету более чем в два раза за тот же период, с 27 до 60 процентов» [6]. Сравним эти данные с более свежими исследованиями. Согласно результатам исследования «Российского рынка интернет-торговли: товары 2012», проведенного агентством РБК.research, весной 2013 года уровень проникновения интернета составил 63,6%, а в 2018 году он превысит отметку в 80%. Достижению данных прогнозов будут способствовать, прежде всего, рост пользования интернетом в городах Российской Федерации с населением менее 100 тыс. человек и сёлах, где уровень интернетизации пока еще не превышает соответственно 50% и 37% [7].

Высокая динамика распространения новых информационных технологий и количественных показателей Интернет-аудитории, как можно заключить на основании приведенных выше данных, является одной из заметных тенденций развития не только коммуникационных технологий, но и идущих параллельно с ними изменений социальной среды.

¹ Процентный пункт (п.п.) — единица, применяемая для сравнения показателей, выраженных в процентах. Например, в 2011 году проникновение интернета в России было 47%, а в 2012 — 52%. За год проникновение выросло на 5 процентных пунктов (или на 11%).

Российское общество на современном этапе своего развития достигло высокого уровня интернетизации, имея достаточно солидный потенциал расширения Интернет-пространства за счет роста аудиторий пользователей в малых городах и сельской местности. В Европе по абсолютным показателям количества пользователей сети Интернет Россия уверенно лидирует на протяжении нескольких лет. Согласно данным CNews со ссылкой на отчет компании comScore, Россия продолжает занимать первое место по величине Интернет-аудитории в Европе - 61,3 млн. пользователей или 15% от общего числа пользователей глобальной сети в данном регионе (408 млн. человек).

В этом значении социальная структура может рассматриваться в аспектах ценностей и ориентации жизнедеятельности (целемотивационный аспект), организации жизнедеятельности (организационный аспект) и содержания практической деятельности и общения (функциональный аспект). Тем самым, социальная структура представляет собой совокупность социальных групп¹, связанных с обществом структурными отношениями, определяющими их соотносительное социальное положение, и совокупность социальных институтов, в рамках которых происходит удовлетворение социальных потребностей членов общества. Социальные группы объединены общностью устойчивых воспроизводящихся свойств и совпадающими социальными интересами своих членов. В силу присущих им свойств они выполняют в обществе определенные функции (социальные роли), без которых группы не могут существовать (воспроизводиться).

Социальные группы как элементы социальной структуры в каждый данный момент развития общества имеются в определенном количестве, но бесконечно множество их связей, их взаимоотношений. Одни и те же индивиды в разных связях образуют разные социальные группы. Социальные группы и отношения между ними — продукт деятельности людей, которую они осуществляют для удовлетворения своих потребностей и социальных интересов, разделяя при этом социальные роли, объединяясь, кооперируясь. Рассматривая социальную роль как ответ на комплекс требований, предъявляемых обществом к лицам, занимающим соответствующие социальные позиции, следует отметить, что в совокупности социальные роли, выполняемые членами общества, персонифицируют господствующие общественные отношения. Эти отношения в процессе человеческой жизнедеятельности (и прежде всего производственной деятельности) - основа формирования и воспроизводства социальных групп.

Реальные общности и группы в Интернете, как правило, представляют собой первичные социальные группы, сформированные в реальной жизни и представленные на сайтах, форумах, блогах, созданных для анонсирования и обсуждения мероприятий, проводимых этими общностями и группами, а также для коммуникации их членов. Примером может послужить форум группы студентов определенного вуза, корпоративный портал какой-либо организации, сайт или форум футбольных фанатов и пр. Участники таких объединений, в основном, знакомы между собой в реальной жизни. Виртуальные общности и группы часто создаются как вторичные социальные группы (сайт фанатов), знакомыми или незнакомыми между собой в реальной жизни людьми, к которым впоследствии примыкают другие пользователи Интернета, объединенные общей идеей или целью. Тем самым, с помощью Интернета возможно

¹ Социальные группы — это элементы социальной-структуры, типичные формы существования в обществе более или менее распространенного (массовидного) множества субъектов, имеющих устойчиво сходное социальное положение

рекрутировать новых членов как в виртуальные (например, сообщество футбольных болельщиков в Интернете), так и в реальные социальные группы (фанатские организации).

В социологии выделяется ряд подходов/признаков, опираясь на которые можно выделить определённые социальные группы в том или ином обществе. Классическими критериями, используемыми для выделения социальных групп, выступают половозрастные, образовательные, имущественные, территориальные и этнические факторы. Используя данный подход целесообразно выделить такие адресные социальные группы как - молодёжь, люди среднего и пенсионного возрастов; горожане и жители сельской местности; представители различных национальностей и этнических групп, проживающих в регионе (русские, украинцы, армяне, татары и пр.)

Однако в отличие от классических социальных групп, современные, а тем более представленные в Сети группы, аморфны и взаимодополняют друг друга. Важнейшую роль в формировании Интернет-сообществ играет такой фактор как степень распространения Интернета (как правило, среди горожан — молодёжи или людей среднего возраста).

Наиболее передовой в информационном плане вид «альтернативных» СМИ – блогосфера. «Аналитики называют блогерство "гражданской журналистикой" - те или иные потенциально интересные события в мире моментально находят отклики в миллионах пользовательских интернет-журналов ("блогов", "дневников") по всему миру, давая стороннему наблюдателю возможность с той или иной степенью объективности понять, что же на самом деле происходит. За эту информацию не надо платить, но те, кто ее распространяют, как правило, и не несут особой ответственности - это своеобразная информационно-аналитическая аналогия концепции "свободного ПО" (open source). В некоторых случаях блогеры сами являются первоисточниками информации из мест, к которым приковано внимание всего мира...» [8]. Известный американский социологический центр Pew Internet & American Life Project обнародовал данные своего последнего исследования блогерского пространства - он изучал, насколько сильно американские блогеры внедрились в информационное поле США и действительно ли они составляют серьезную конкуренцию "традиционным" СМИ. Исследователи блогосферы пришли к выводу, что СМИ выступают первоисточниками тех или иных сведений, а блогеры обеспечивают им масштабную "информационную поддержку". При этом ими была отмечена тенденция к возрастающей политической роли «альтернативных» СМИ (социальных сетей) [9].

Ранее мы высказали предположение, что длящийся этап информационной эры возможно означает появление и постепенную институционализацию новой, информационной демократии (наряду с политической, экономической, гендерной и некоторыми другими видами демократии).

«Альтернативные» средства массовой информации выполняют двоякую социальную функцию. Наряду с описанной выше ролью поставщика альтернативных (не подцензурных) информационных услуг все более возрастающая роль данного института проявляется в субъектности социальной мобилизации. Данная технологическая революция, как было уже упомянуто, затронула сферу социальных отношений. В известном смысле, технологические изменения сдетонировали в социальную революцию, порождая новую социальную реальность. Электронная почта, телефония (в том числе, с системой Интернет-связи), система мгновенной передачи сообщений и общее программное обеспечение впервые связывают группы людей в гуманитарных, научных и деловых проектах.

Наступление новой информационной эры с возрастающей ролью социальных сетей и иных нетрадиционных средств массовой коммуникации привело к возникновению нового социального феномена. Выше уже говорилось, что облегчение возможности регистрации Интернет-сайтов и еще большая функциональная свобода социальных сетей делает их более демократичным средством массовой информации. С Интернет-форумов, блогов, страниц в социальных сетях позволяет устанавливать более гибкую и оперативно работающую обратную связь между создателями и потребителями информационного продукта. Правильней сказать, что в контексте развития «альтернативных» СМИ стирается четкая грань, разделяющая Создателя и Потребителя информационной продукции.

Литература

1. Информационные технологии: Курс лекций // <http://infdis.narod.ru/it/n15.htm>
2. Состояние будущего. 2008. Проект тысячелетия. Всемирная Федерация Ассоциаций Содействия ООН. С. 3.
3. Социальные сети // Википедия. Свободная энциклопедия.
http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D1%81%D0%B5%D1%82%D0%B8
4. Шпара К.В. Сетевая структура современного общества: теоретико-методологический аспект. Автореферат на соискание учёной степени кандидата социологических наук. Спб., 2010.
5. Публичный дискурс в российской блогосфере: анализ политики и мобилизации в Рунете. Исследования Центра Беркмана No. 2010-11. 19 октября 2010. С. 16-17.
6. Фонд «Общественное мнение». «Интернет в России: Специальный релиз». (Март 2009) // http://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi_int/int0309.
7. Интернет в России и мире // http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151
8. Гражданская журналистика на службе интересов общества // Интернет-портал «Лента.Ру». Электронный ресурс: <http://lenta.ru/articles/2005/05/17/blogs/> Дата публикации: 04.09.2012.
9. Politics on Social Networking Sites // <http://www.pewinternet.org/Reports/2012/Politics-on-SNS.aspx> Дата публикации: September, 4, 2012.