

УДК 316.472.4

О. О. ЛОБОВІКОВА

СПЕЦИФІКА ВЗАЄМОДІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

В умовах становлення інформаційного суспільства змінився характер суспільних взаємодій – вони стали різноманітнішими, більшість з них не залежать від просторової близькості й можуть забезпечуватися засобами дистанційної комунікації. Важливу роль у формуванні та підтримці цієї форми соціальності відіграють Інтернет і створення віртуальних соціальних мереж. Особливістю взаємодії в соціальних мережах є багаторівневність, опосередкованість зв'язку, відкритість, емерджентність, можливість практично необмеженого розширення групи спілкування, чого важко досягти за межами віртуального спілкування.

Ключові слова: соціальні мережі, взаємодія, мережева реальність, інформаційне суспільство.

В умовах становлення інформаційного суспільства змінився характер соціальних зв'язків людей – вони стали різноманітнішими, комплексними, виступаючи як засіб отримання інформації, ділових контактів, спілкування, дозвілля. Більшість з них не залежить від просторової близькості й може бути забезпечена засобами дистанційної комунікації. Важливу роль у формуванні та підтримці такої форми соціальності відіграють Інтернет і створення віртуальних соціальних мереж. Як свідчать світові події початку ХХІ ст., важко недооцінити роль соціальних мереж, адже на зміну “по-маранчевих революцій” прийшли “революції 2.0”, відмінна ознака яких – ключова роль Інтернету. Соціальні мережі – це нова реальність в інформаційному просторі, тому виникає потреба її соціологічного осмислення, невідкладність якого пов'язана зі збільшенням швидкості протікання соціальних процесів і, відповідно, прагненням соціологів не відставати, за термінологією З. Баумана, від прискореної, “плинної сучасності” [7, с. 154].

Проблематику соціальної взаємодії в мережі Інтернет висвітлено в дослідженнях зарубіжних соціологів: Н. Бейма, П. Коллока, С. Кайзлера, Г. Рейнгольда, Л. Спрелла, С. Херрінга та ін. Поняття “мережа” досліджували такі автори, як Ф. Гваттарі, М. Грановеттер, М. Кастельс, Б. Латур, Н. Луман, Б. Уеллман та ін. Соціальні мережі розглядали такі зарубіжні вчені, як: Д. Барнс, Ф. Капра, Р. Коллінз, Я. Морено, А. Радклиф-Браун, Р. Хойслінг та ін. На теренах СНД проблема соціальних мереж відображена в працях А. Архіпова, К. Бердник, С. Бондаренко, Г. Градосельського, Б. Докторова, А. Драмашко, Е. Князевої, О. Лещенко, В. Лісічкіна, М. Моїсеєва, В. Нестерова, Г. Почепцова, Б. Сазонова, В. Сілаєвої, А. Скуратова, В. Тищенко, Л. Шелепіна, О. Яніцького та ін.

Е. Тоффлер та Д. Белл досліджували перехід до нового типу суспільства – “постіндустріального”, “інформаційного” або “мережевого”, за термінологією М. Кастельса. Термін “мережеве суспільство” М. Кастельс використовує для того, щоб продемонструвати визначальну роль комп’ютерних інформаційних мереж у розвитку сучасного суспільства й показати, що розвиток нових інформаційних технологій, зміна засобів виробництва, упровадження виробничих відносин нового типу призведуть до зміни суспільних відносин. На думку М. Кастельса, у сучасному суспільстві мережеві принципи суспільного устрою замінять ієрархічні: якщо раніше мережева організація була відображенням лише внутрішньої структури суспільства, її підсистем та об’єднань, то в новому вона відіграє ключову роль. Зміни відносин праці й капіталу, характер просторової організації життя, формування нових потреб ідентичності в мультимедійній культурі сприяли становленню нової моделі соціальності, або, за термінологією, М. Кастельса “мережевого індивідуалізму” [4].

Нова реальність являє собою “простір потоків”, під якими М. Кастельс розуміє цілеспрямовані, повторювані послідовності взаємодій між соціальними акторами, які обмінюються різними типами ресурсів (капіталом, інформацією, технологіями, зображеннями, звуками й символами). Простір потоків складається з персональних мікромереж, де реалізація інтересів здійснюється через глобальну безліч взаємодій у функціональних макрмережах. Наводячи загальне визначення мережевої структури, М. Кастельс значну увагу приділяє розгляду переважно матеріальної основи сучасних соціальних мереж – інформаційних технологій та їх впливу на сферу виробництва.

Професор соціології університету Торонто Б. Уеллман (Barry Wellman) вважає, що в основі телекомунікаційних, комп’ютерних, виробничих та інших матеріальних мереж, по суті, перебувають соціальні мережі. Їх взаємовплив виражається в тому, що за рахунок мережі Інтернет індивід чи організація отримали можливість значно збільшити кількість професійних, дружніх і родинних контактів, що неминуче позначається на структурі сучасного суспільства й характері групових відносин у ньому.

Незважаючи на численні публікації із зазначеної проблематики, соціальні мережі є маловивченим феноменом у соціології, тож вельми актуальним стає аналіз взаємодії в мережевому співтоваристві в сучасних умовах.

Метою статті є аналіз соціальних взаємодій у соціальних мережах, для цього необхідно визначитися з поняттям “мережа”, а також дослідити специфіку соціальної взаємодії у віртуальному просторі.

Широке значення поняття “соціальна мережа” передбачає розуміння соціальної мережі як структури, що складається з вузлових елементів і зв’язків між ними (соціальна павутина). Навколо цього поняття сформувався відносно самостійний напрям, так званий “мережевий підхід” (С. Вассерман, Б. Веллман, Л. Фріман та ін.). З появою й поширенням в Інтернеті нового типу сайтів – соціальних мереж у соціології виникло дру-

ге, більш вузьке значення цього терміна, а саме його тлумачення як веб-сервісу, що забезпечує можливість комунікації великих груп людей та їх об'єднання у віртуальні спільноти за інтересами [7, с. 154]. На сьогодні існує чотири підходи до визначення цього поняття: 1) “фізичне” або “логістичне”; 2) “математичне” або “логічне”; 3) “функціональне”; 4) “технологічне” [1, с. 93].

Звичайно, постає запитання: чому соціологи погодилися з “технологічною” дефініцією? Один з найяскравіших представників соціологічної думки, який змінив сучасні уявлення про процеси наукового пізнання та взаємодії науки й суспільства, – Бруно Латур показав, що такий технічний пристрій, наприклад, як веб-сервіс, має право на інтерес соціологів. У праці “Наука в дії: слідуючи за вченими та інженерами всередині суспільства”, аналізуючи створення та подальше розширення експериментальної мережі, ключовими ланками якої є лабораторні об'єкти, обладнання й люди, Б. Латур підкреслює сучасну роль “технонауки” для розуміння стану виробництва знання в природничих науках. Латурівська категорія “технонаука” пов'язана з мережами, оскільки за його твердженням, історія світу “технонауки” здебільшого є історією ресурсів, розміщених уздовж мереж, щоб збільшити мобільність, надійність, комбінаторність і зв'язність слідів, що робить можливим дію на відстані [6, с. 400].

Термін “мережа” вказує на те, що ресурси сконцентровані в декількох місцях-вузлах, або точках перетину, які з'єднані один з одним – зв'язками, тими нитками, які утворюють комірки мережі. Ці зв'язки перетворюють розрізнені ресурси на єдину мережу, яка здається існуючою скрізь [6, с. 283].

А. Назарчук слушно зауважує, що поняття мережевого суспільства сягає своїм корінням технічних наук. Він визначає мережу як сукупність об'єктів, пов'язаних один з одним багатоспрямованими лінійними (матричними) залежностями. На думку А. Назарчука, увага до поняття мережі пов'язана із широкою розробкою систем електронного комунікаційного зв'язку. Відповідно, продовжує автор, розвивається сфера інформаційних комунікацій, яка змушує переосмислити ряд традиційних понять, зокрема самої мережі. У межах транспортних мереж кожне відправлене повідомлення за допомогою лінійного з'єднання могло досягти тільки одного адресата, і це визначало основні категорії логістики, простору й часу. Електронні комунікації дали змогу направляти повідомлення одночасно багатьом адресатам. Їх технології виявилися здатні створювати багатосмугові засоби зв'язку так, що інформація могла надійти до адресата різними обхідними шляхами. Винахід комп'ютерних мереж дав змогу говорити про зворотний зв'язок і моделювати мережі різної глибини – від локальних комп'ютерних мереж до комплексних мереж, здатних охоплювати й зв'язувати мільйони користувачів: все суспільство відтепер пронизане малими та великими мережами і є по своїй суті мережевим.

А. Назарчук стверджує, що люди, включені в автоматизовані комунікаційні процеси, стали відтворювати мережеву систему у власному спілку-

ванні, яке виявилось організованим через програму мережевих процесів, закладену в обчислювальну техніку. Відповідно, комунікація стала формуватися як проекція комп'ютерних мереж, набувати форми інформаційно-мережних комунікацій, людська комунікація все більш щільно охоплюється мережею технічних стандартів, які опосередковують усі соціальні взаємодії й укладають їх у специфічний технологічний каркас [10, с. 56].

Особливістю побудови соціальних мереж стало те, що їх зміст наповнюється самими користувачами, а крім спілкування та комунікації в акторів з'являється можливість споживати медіа-контент і весь спектр розважальних продуктів (музика, відео, ігри тощо), вести економічну, політичну та інші види діяльності.¹

Процес взаємодії (інтерації) між користувачами соціальної мережі полягає в обміні інформацією між акторами – учасниками комунікативного процесу. Процес взаємодії в соціальній мережі має такі відмінні ознаки, як багаторівневність, багатоканальність, опосередкованість зв'язку, відкритість, емерджентність, можливість практично необмеженого розширення групи спілкування. Через сторінки соціальної мережі, вкладки новин, інформаційні рядки тощо актори дізнаються про події в соціумі, у сфері, до якої належить референтна група та з якою ідентифікує себе користувач соціальної мережі. Обмінюючись знаннями, судженнями, думками, переживаннями, цінностями та ідеалами, мотивами та інтересами, учасники комунікативного процесу в соціальній мережі здійснюють спонукання до їх планів, мотивів, бажань, потреб, вчинків і дій, за допомогою чого можливе регулювання їх поведінки. Взаємодія в соціальній мережі сприятиме виникненню єдиної думки, досягненню взаєморозуміння, злагоди, відшуканню компромісу, встановленню близьких взаємин, узгодженню дій тощо.

У соціальних мережах взаємодія передбачає обмін символами між акторами, які мають можливість не тільки створювати інформаційні повідомлення, а й споживати інформацію – виступаючи, за термінологією Е. Тоффлера і Х. Тоффлера, в якості “prosumer” (“ПРОТребителя” – рос. мовою) – ті, “хто створює товари, послуги та досвід для власного користування або задоволення, а не для продажу” [13, с. 4]. (ПРОТРЕБИТЕЛЬ – це не тільки СПОЖИВАЧ, а ВИРОБНИК + СПОЖИВАЧ інформації).

Щоб взаємодіяти, користувачі соціальної мережі повинні інтерпретувати значення й наміри інших – це здійснюється за допомогою процесу,

¹ Історія соціальних мереж почалася в 1995 р. з американського порталу Classmates.com, проте їх бум припадає на 2003–2004 рр., коли були запущені LinkedIn, MySpace и Facebook. Популярність соціальних мереж у сучасному світі наочно демонструють такі дані: для досягнення аудиторії в 50 млн радіо знадобилося 38 років, телебаченню – 13 років, Інтернету – 4 роки, а Facebook додав 100 млн користувачів за 9 місяців. Частка користувачів соціальних мереж в Україні за останні 3 роки зроста майже в 6 разів. У найпопулярніших соціальних мережах (ВКонтакте, Однокласники, Facebook) зареєстровано понад 30 млн українських акаунтів [11].

який Дж. Мід визначив як “прийняття ролі” [9, с. 290]. Віртуальні соціальні мережі не обмежують індивіда в його потребі належності до певної соціальної групи, незалежно від об’єктивних показників відповідності їй. Мережеве співтовариство й індивід (соціальне “Я”) конструюються в сукупності процесів міжіндивідуальних взаємодій. Походження “Я”, таким чином, цілком соціальне, а головна його характеристика – здатність ставати об’єктом для самого себе. У соціальній мережі специфіка самооб’єктивізації має свої особливості: якщо в реальному середовищі кожному суб’єкту присвоюється свій статус на рівні внутрішніх самовідчуттів індивіда, який відповідає дійсності (друг дитинства, товариш, кращий друг тощо), то термін “друг” у віртуальних мережах – НЕ відповідає дійсності; а процес самоідентифікації користувача мережі в цьому аспекті відповідає прийняттю ролі відповідно до своїх індивідуальних уявлень через візуалізацію образів, завдяки розміщеній текстовій інформації про себе тощо.

Можливість задоволення потреб виступає мотивувальним фактором самоідентифікації, тобто поширення своєї, або запозичення іншої ідентичності. Згідно з пірамідою А. Маслоу, самовираження є вищою потребою людини, випереджаючи визнання та спілкування. Соціальна взаємодія є основною життєвою потребою людини, оскільки людина, лише взаємодіючи з іншими людьми, може задовольнити більшість своїх потреб та інтересів, реалізувати свої ціннісні й поведінкові інтенції. Соціальні мережі стали свого роду “інтернет-притулками”, де кожен може знайти технічну та соціальну базу для створення свого віртуального “Я”. При цьому кожен користувач має можливість не просто спілкуватися та створювати, а й ділитися плодами своєї творчості з багатомільйонною аудиторією соціальної мережі, тобто виступати як “виробник” інформації. У цьому контексті, за концептуалізацією Н. Лумана, соціальні мережі можна розглядати як аутопоетичну, самореферентну систему, тобто таку, що сама відтворюється. Важливою особливістю віртуального спілкування, є те, що воно стимулює комунікативні процеси. Н. Луман вважає, що суспільство розвивається за допомогою комунікативних актів шляхом постійного відтворення комунікації [15, с. 331].

Соціальна мережа складається з деякого числа людей, у ній є особливий набір зв’язків між цими людьми, саме зв’язки та їх поєднання найважливіші – вони дають змогу такій групі робити те, що роз’єднаним людям не під силу. Зв’язки пояснюють, чому ціле виявляється більше важливим, ніж його складові, а конкретне поєднання зв’язків – ключ до розуміння роботи соціальних мереж.

Соціальні мережі мають емерджентні властивості – це властивості цілого, що виникають завдяки взаємодії та взаємозв’язку її частин. Н. Крістакіс та Дж. Фаулер у книзі “Пов’язані однією мережею. Як на нас впливають люди, яких ми ніколи не бачили” досліджують емерджентність, порівнявши її з пирогом: жоден інгредієнт пирога не має смаку всього пи-

рога. Також його смак не складається зі смаків, використаних при його приготуванні продуктів, тобто це не щось середнє між, наприклад, смаком борошна та яєць. Смак пирога – це щось більше. Це і не просто сума смаків його інгредієнтів” [5]. Аналогічно, знання законів соціальних мереж дає нам змогу зрозуміти, як насправді вже на прикладі людської спільноти – ціле виявляється більшим від суми своїх складових.

Соціальні мережі є відображенням в Інтернеті спільнот людей, представлених у реальності. У середині цих віртуальних об’єднань люди взаємодіють частіше за допомогою письмового спілкування. Важливим аспектом у реальному спілкуванні є ті емоції та почуття, які ми передаємо нашому співрозмовнику, виявляючи тим самим почуття симпатії або ж антипатії щодо до нього. Часто ми можемо зрозуміти ставлення людини до себе через ті емоції, які наявні під час спілкування. Важко визначити ставлення людини до себе, не знаючи реальних думок і намірів людини, не спостерігаючи її настроїв, просто читаючи “сухий” текст в Інтернеті. Співрозмовники не можуть бачити одне одного, а отже, вони не можуть повною мірою розкрити весь зміст листування. Соціальна мережа полегшує можливість анонімності, це відбувається завдяки тому, що людина не бачить реального співрозмовника, вона лише уявляє його, тобто листування вибудовується на рівні внутрішніх образів. Ці образи створюються з фотографій, побачених на сторінці, зі спогадів тембру голосу, якщо розмова була в реальності, тощо. Одним з основоположних аспектів відмінності віртуальної й реальної взаємодії є вищий рівень свободи віртуальної ідентифікації. Створюючи сторінку в соціальній мережі, користувач має свободу вибору при вказівці свого імені, статі, віку, зовнішності. У більшості мережевих спільнот передбачено реєстрацію користувачів з наданням індивідом інформації про себе для ідентифікації. Проте при віртуальній комунікації в більшості випадків користувачі вказують деякі достовірні дані, хоча мають можливість обмежувати інформацію про себе до бажаного рівня. Вказівка достовірних персональних даних, на наш погляд, безпосередньо пов’язана з метою користувача під час створення сторінки в соціальній мережі. Вищий ступінь свободи віртуальної ідентифікації тісно пов’язаний з такими важливими аспектами відмінності віртуальної та реальної комунікації, як ступінь психоемоційної напруженості й характер самопрезентації. Якщо досвід взаємодій в реальному світі та конструювання на підставі цього досвіду певних ідентичностей безпосередньо пов’язаний з фактором психоемоційного навантаження, то у віртуальному світі це навантаження значно знижується, що дає змогу виконувати дії, на які користувач може бути не здатний у реальному світі. Згідно з концепцією “боротьби ідентичностей” Р. Фогельсона [14, с. 67–109], процеси ідентифікації відбуваються в контексті співвідношення реальної, ідеальної (позитивної), негативної й пропонованої ідентичності особистості. На думку А. Мельникова, “боротьба ідентичностей полягає в тому, що індивід праг-

не скоротити розрив між реальною та ідеальною ідентичністю й збільшити розрив між реальною та негативною ідентичністю. Тобто позитивні віртуальні образи на персональних сторінках соціальних мереж можуть бути не просто спотворенням або неадекватним поліпшенням свого “Я” порівняно з реальною ідентичністю, але висловлювати автентичні й з низки умов приховані в реальних соціальних взаємодіях сторони особистості” [8, с. 259–265].

Серед проблемних аспектів у контексті Інтернет-комунікацій В. Римський називає відсутність невербальної складової взаємодії, спотворення сенсу повідомлень, маніпулювання свідомістю аудиторії, Інтернет-залежність [12, с. 86–96]. На думку китайських учених F. Lin, Y. Zhou, Y. Du, L. Qin, Z. Zhao, зловживання Інтернетом може завдати шкоди мозку: за даними проведеного дослідження у 17 підлітків, які страждають від інтернет-залежності, було виявлено структурні й функціональні зміни в тій частині мозку, яка відповідає за когнітивно-інтелектуальні здібності та прийняття рішень [3]. Британський професор С. Грінфілд вважає, що соціальні мережі роблять людей безвідповідальними і сприяють розвитку інтернет-алкоголізму в Європі. Результати досліджень 14 тис. студентів Мічиганського університету (користувачів соціальних мереж) виявили істотний спад здатності до співчуття. На думку дослідниці, “дитина, вихована на соціальних мережах, втрачає навички міжособистісного спілкування – вона не вчиться червоніти, піклуватися, давати спонтанну емоційну реакцію, а головне – отримувати негайну відповідь від співрозмовника й будувати реальний діалог. Адже наш мозок працює так, що враження про людину ми на 70% складаємо з невербальної інформації, яку складно отримати, спілкуючись через месенджер” [2]. С. Грінфілд виділяє ще одну небезпеку взаємодії в соціальних мережах – “більшість віртуальних дій не мають незворотних наслідків. Сторінки в соціальних мережах можна редагувати, коментарі – видаляти і додавати, вмираючи в комп’ютерній грі, у більшості випадків можна відновити свій персонаж і продовжити. У житті це не так, але, виховуючи мозок в середовищі, де дії не тягнуть за собою наслідків, ми отримуємо людину, яка не вміє адекватно оцінювати ризики” [2].

Проте, на нашу думку, незважаючи на застереження вчених, динаміка поширення соціальних мереж свідчить про досить великі темпи зростання їх користувачів по всьому світу, а отже, – і віртуальної взаємодії.

Висновки. Сучасні соціальні мережі – це певний процес трансформації звичних форм спілкування за допомогою віртуальної реальності. Дослідження взаємодії між людьми у віртуальному просторі викликає питання про специфіку процесу взаємодії в соціальних мережах. Визначаючи специфіку процесу взаємодії в мережевому співтоваристві, необхідно виділити такі відмінні ознаки, як багаторівневу взаємодію, багатоканальність, опосередкованість зв’язку й відкритість, емерджентність, можливість практично необмеженого розширення групи спілкування, чого важко досягти поза віртуальною взаємодією.

Список використаної літератури

1. Бердник Е. А. Методологические основания использования понятия “сеть” в социологии / Е.А. Бердник // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – Харків : Харк. нац. ун-т імені В. Н. Каразіна, 2012. – С. 91–94.
2. Гольман Н. Интервью с Сьюзан Гринфилд, профессор (Британия): Ребенок, воспитанный на социальных сетях, теряет способность к сопереживанию [Электронный ресурс] / Н. Гольман // Theoria&Practice. – Режим доступа: http://www.redactor.in.ua/media_new/2369.html.
3. Исследование: интернет-зависимость ведет к повреждениям мозга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hghltd.yandex.net/yandbtm?fmode=inject&url=http%3A%2F%2Fpoliticon1.at.ua%2Fforum%2F67-2039-1&tld=ua&lang=ru&t>.
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс ; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – Москва : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
5. Кристакис Н. Связанные одной сетью. Как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели [Электронный ресурс] / Николас Кристакис, Джеймс Фаулер. – Режим доступа: <http://www.alpbook.ru/popular-science-and-cognitive-literature/associated-with-one-network-how-to-we-affect-the-people-we-39-ve-never-seen>.
6. Латур Б. Наука в действии: следуя за учеными и инженерами внутри общества / Бруно Латур. – Санкт-Петербург : Изд-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2013. – 414 с.
7. Лобовікова О. О. Соціальні мережі як феномен інформаційного суспільства / О.О. Лобовікова, А.С. Мельніков // Вісник Львівського національного університету ім. І. Франка. Серія соціологічна : зб. наук. праць. – Львів : Вид-во Львів. нац. ун-ту ім. І. Франка, 2011. – Вип. 5. – С. 154–160.
8. Мельніков А. С. Виртуальные и реальные идентичности в сетевых коммуникациях / А. С. Мельніков, О. О. Лобовікова // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : зб. наук. праць. – Харків : Харків. нац. ун-т імені В. Н. Каразіна, 2012. – С. 259–265.
9. Мид Дж. Г. Избранное : сб. переводов / Дж. Г. Мид ; сост. и пер. В. Г. Николаев. – Москва : РАН. ИНИОН, 2009. – 290 с.
10. Назарчук А. В. Социальное время и социальное пространство в концепции сетевого общества / А. В. Назарчук // Вопросы философии. – 2012. – № 9. – С. 56–66.
11. Названы самые популярные социальные сети в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tech.obozrevatel.com/testdrive/36728-nazvaniy-samyie-populyarnyie-sotsialnyie-seti-v-ukraine.htm>.
12. Римский В. Воздействие сети Интернет на социальную активность, формирование и развитие идентичностей / В. Римский // Вестник общественного мнения: Данные. Анализ. Дискуссии. – 2009. – № 1 (99). – С. 86–96.
13. Тоффлер Э. Революционное богатство: как оно будет создано и как оно изменит нашу жизнь [Электронный ресурс] / Э. Тоффлер, Х. Тоффлер. – Москва : АСТ, 2008. – Ч. VI. Протребление. – Гл. 23. Скрытая половина. – Режим доступа <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/4015/>.
14. Fogelson R. Person, Self, and Identity / R. Fogelson // Psychological Theories of the Self. – New York : Plenum Press, 1982. – P. 67–109.
15. Luhmann N. Ecological Communication / N. Luhmann // The polity Reader in Social Theory. – Cambridge : Polity Press, 1994. – P. 326–342.

Стаття надійшла до редакції 14.08.2014.

Лобовікова Е. А. Специфика взаимодействия в социальных сетях

В условиях становления информационного общества изменился характер общественных взаимодействий – они стали более разнообразными, большинство из них не за-

висят от пространственной близости и могут обеспечиваться средствами дистанционной коммуникации. Большую роль в формировании и поддержании этой формы социальнойности играет Интернет и создание виртуальных социальных сетей. Особенностью взаимодействия в социальных сетях является многоуровневость, опосредованность связи, открытость, эмерджентность, возможность практически неограниченного расширения группы общения, что является труднодостижимым вне виртуального общения.

Ключевые слова: социальные сети, взаимодействие, сетевая реальность, информационное общество.

Lobovikova O. Specificity of Interaction in Social Networks

Social Network is a new reality in the information space, and because of their novelty there is a need of their sociological interpretation, the urgency of which is associated with increased rates of the social processes. The concept of "social network" has several meanings in the conceptual and categorical apparatus of sociology. However, with the advent of the Internet and the proliferation of a new type of social networking sites a narrower meaning of the term appeared in sociology: namely, its understanding as a web service that provides communication capability of large groups of people and their association in virtual communities of interest. Feature of the construction of social networks is that their content is filled by the users themselves, and besides dialogue and communication among the actors, they have the opportunity to consume media content and a whole range of entertainment products (music, video, games, etc.).

Social networks are the online reflection of the communities of people existing in reality. Within these virtual associations people interact with each other more often by means of written communication. An important aspect of real communication are the emotions and feelings that we pass on to our interlocutor, thus showing sympathy or antipathy towards him. So to determine the relationship of man to himself, without knowing the real thoughts and intentions of the person and without watching his mood, simply by reading "dry" text on the Internet is difficult.

Social network facilitates the ability of anonymity, this is due to the fact that people can not see the real interlocutor, they just imagine him, that is, all correspondence is built on the level of internal images.

Modern social network is a process of transformation of the usual forms of communication through virtual reality. The peculiarity of this communication is associated with a limited ability to use non-verbal means of communication, which leads to difficulties of emotional perception and reception of full information. A significant drawback of social networking is the lack of non-verbal ways of communicating that lead to the difficulty of emotional perception and production of complete information, and the huge advantage of this type of communication is the ability to virtually unlimited expansion of communication, which is difficult to achieve outside the virtual interaction.

Key words: social networks, interaction, the network reality, information society.