

Влияние православных молодежных интернет-сообществ социальной сети ВКонтакте на аудиторию: модель "реальной виртуальности" М.Кастельса.

Научный руководитель – Писаревский Василий Геннадьевич

Шумских Екатерина Сергеевна

Студент (бакалавр)

Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет, Факультет социальных наук, Кафедра общей социологии, Москва, Россия

E-mail: katerina.shumskih@yandex.ru

В современном российском обществе с каждым годом интенсифицируется информационный обмен во всех сферах жизни социума. Этот обмен осуществляется через интернет, где он в наибольшей степени проявляется в социальных сетях. Американский социолог Мануэль Кастельс - исследователь, который не просто описал принципы функционирования интернет-сообщества, но и показал роль администраторов. Согласно Кастельсу, интернет-сообщества не могут самоорганизовываться, нужен неформальный лидер, который будет управлять их деятельностью, при этом лидерская власть администратора интернет-сообщества базируется на идеях, которое сообщество продвигает. В нашем исследовании было рассмотрено влияние православных молодежных интернет сообществ социальной сети ВКонтакте на аудиторию. Выявлены факторы влияния: авторитет администратора, коммуникационные возможности, предоставляемые социальной сетью, и контент содержащий разную смысловую нагрузку. В работе апробирована теоретическая модель «реальной виртуальности» М.Кастельса, которая в полной мере отображает процессы социального взаимодействия аудитории и администратора, а также представителей аудитории между собой. В онлайн происходит влияние администратора на аудиторию сообщества, осуществляемое с помощью ряда факторов, и, благодаря данному влиянию, происходит рост вовлеченности как в онлайн, так и в офлайне как связанных между собой социальных пространствах. Теоретическую базу исследования представляют концепции М.Кастельса [1], Г. Рейнгольда[2], А. Беншопа[3], Р. Хаммана[5]. Они изучают интернет-сообщества как новые информационного общества. Эмпирические основы исследования интернет-сообществ представлены в зарубежных социологических изданиях International Journal of Virtual Communities [6] и Cybersociology Magazine[4]. Экспертные интервью с администраторами православных молодежных сообществ показывают, что приоритеты в вовлечении аудитории для них находятся в рамках традиционной социальной реальности, то есть в офлайн среде. В то же время такое вовлечение невозможно без вовлечения в онлайн, которое происходит через лайки, републикации, комментарии. Таким образом, на практике в деятельности православных молодежных сообществ реализуется модель «реальной виртуальности» Кастельса, в которой социальные процессы в онлайн и офлайн не разделены, а тесно взаимосвязаны в рамках единого социального и смыслового пространства - реальной виртуальности.

Источники и литература

- 1) Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Пер с англ. – Екатеринбург: «У-Фактория», 2004.
- 2) Рейнгольд Г. Умная толпа. Новая социальная революция. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006.
- 3) Benshop A.Virtualcommunities. [Электронный ресурс] Режим доступа: URL://<http://www.sociosite.org/network.php> (Дата посещения: 12.01.2020).

- 4) Cybersociology Magazine [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.cybersociology.com/> (Дата посещения 25.01.2020).
- 5) Hamman R. Introduction to Virtual Communities Research and Cybersociology Magazine Issue Two. [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: http://www.cybersociology.com/files/2_1_hamman.html (Дата посещения: 15.02.2020).
- 6) International Journal of Virtual Communities and Social Networking [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <http://www.igi-global.com/journal/international-journal-virtual-communities-social/1121> (Дата посещения 29.01.2020).