

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ  
КАК ФЕНОМЕН ОРГАНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА:  
СУЩНОСТЬ И ПОДХОДЫ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ  
И МОНИТОРИНГУ\***

*Д.В. Винник*

В статье рассматривается феномен социальных сетей как специфический феномен организации общества и как объект управления. К настоящему времени в силу своей распространенности, богатству функций и сложности структуры социальные сети стали достаточно значительным фактом социальной организации/дезорганизации. Анализируются подходы различных государств к использованию и мониторингу социальных сетей в государственных целях.

**Ключевые слова:** интернет, социальные сети, мониторинг, блог

Феномен социальных сетей привлекает все большее внимание. Не будет сильным преувеличением утверждать, что мы наблюдаем зарождение новой формы социальной самоорганизации. Само понятие социальной сети изначально было введено социологами, определившими ее как социальную структуру, состоящую из группы узлов, которыми являются социальные объекты (общность, группа, индивид), и взаимозависимостей или связей между ними (социальных отношений), таких как родство, дружба, сексуальные, денежные отношения, религиозная общность, политические убеждения, знания или соображения престижа.

Анализ социальных сетей позволяет интерпретировать социальные взаимодействия в понятиях теории сетей (междисциплинарное направление исследований, входящее в состав теории графов и науки о сетях), в рамках которой изучаются индивидуальные агенты и связи между ними. Существует большое разнообразие как типов агентов, так и типов связей. Исследования в рамках различных дисциплин показы-

---

\* Статья написана в рамках междисциплинарного гранта СО РАН «Исследование закономерностей и тенденций развития самоорганизующихся систем на примере веб-пространства и биологических сообществ».

вают, что социальные сети действуют на всех уровнях – от персонального (семейного) до национального и оказывают существенное влияние на жизнь людей, организаций и сообществ, а также в значительной степени определяют успешность деятельности этих агентов.

В социологии социальная сеть считается неустойчивой формой существования группы людей, промежуточной между аудиторией (или даже несвязным множеством) и сообществом. Хотя период существования такой формы может быть весьма длительным, социальная сеть должна постоянно воспроизводить себя, а внутри нее должна происходить непрерывная взаимосвязь агентов. В противном случае сеть деградирует до уровня аудитории или разрушится. Под аудиторией в данном контексте понимается объединение людей на основе общего предмета внимания; сообщество предполагает совместное действие, направленное на достижение общей цели. Социальная сеть отличается от аудитории наличием взаимосвязей между участниками объединения, однако не предполагает обязательных целенаправленных совместных действий.

Применительно к сети Интернет понятие социальной сети прежде всего отсылает к теории «шести рукопожатий». Согласно популярной гипотезе, выдвинутой в 1969 г. американскими психологами С. Милгрэмом и Д. Трэверсом, каждый человек на Земле опосредованно знаком с любым другим человеком через короткую цепочку общих знакомых – в среднем из шести человек (так называемый «эффект малого мира») [1]. В момент появления гипотеза представлялась нереалистичной, особенно в случае с попыткой построить такие связи для жителей малых городов и деревень. Развитие компьютерных и телекоммуникационных технологий и появление глобальной сети мотивировали возобновление интереса к теории «шести рукопожатий» и создание служб, реализующих данный принцип на базе сети.

Исторически первые веб-сайты в сети предполагали исключительно однонаправленную коммуникацию: владельцы или редакция сайтов вещали для пользователей (производили информацию в виде статей, фотографий и т.п.), а пользователи, оставаясь анонимными, потребляли информацию как читатели или зрители. С развитием технологий появлялись различные инструменты обратной связи в виде голосований или функции комментирования; активно развивались службы общения в виде конференций и чатов. Переломным моментом можно считать появление функций персонификации пользователей в виде анкет и служб знакомства, предоставляющих возможности поиска таких анкет по заданным признакам.

В настоящее время знакомства и поиск людей являются ключевыми элементами большинства социальных сетей. Другой немаловажной функцией стал поиск «потенциальных друзей» из числа знакомых или людей со схожими данными в анкетах. Это объясняется приоритетной ролью потребности в коммуникации в жизни социума. Почти все популярные службы социальных сетей стремятся удовлетворить ключевые потребности личности, определенные в «пирамиде Маслоу»: общение, признание и самовыражение, – предлагая социальную и техническую базу для решения данных задач. Наконец, немаловажными (в некоторых случаях – ключевыми) функциями социальных сетей могут выступать обмен ресурсами и кооперация с целью достижения совместных целей.

Важно отметить, что с социологической точки зрения популяризация социальных сетей приводит к изменению принципов концентрации аудитории в сети Интернет. Если традиционно пользователи объединялись в тематические сообщества (подобное структурирование по темам было свойственно еще до развития сети Интернет, в частности, сети FidoNet), то в настоящее время аудитория часто организуется вокруг людей, т.е. социальные сети стали более эгоцентричны.

Социальные и коммуникационные функции сайтов обеспечили стремительный рост популярности социальных сетей в Интернете. Благодаря заметному увеличению числа пользователей сети Интернет во всем мире участники популярных служб социальных сетей получили значительное пространство для коммуникации и фактически основанный на практике принцип «шести рукопожатий». С 2002–2003 гг. стремительно растет и количество сайтов, обладающих элементами социальной сети. В англоязычной литературе даже распространилась формула YASNS – Yet Another Social Networking Service (букв. «еще одна служба социальной сети»). Более того, появились службы, позволяющие пользователям с минимальными затратами создавать собственные службы социальных сетей.

Хотя точный суммарный объем аудитории социальных сетей во всем мире не известен, можно предположить, что это сотни миллионов пользователей. При этом исследования отмечают также высокую активность коммуникаций: в среднем каждый участник социальной сети проводит в ней около часа в день (в России примерно 30% пользователей сети Интернет проводят в социальных сетях от одного до трех часов в день). В некоторых случаях увлечение пользователей социальными взаимодействиями в сети Интернет наносит урон их деятельности и активности в реальном мире. Известны случаи запрета доступа со-

трудникам коммерческих и даже правительственных организаций к тем или иным социальным сетям (так, солдатам американской армии запрещен доступ к MySpace, в Канаде чиновникам запрещен доступ к Facebook [2]). Популярность социальных сетей определяет высокий интерес к подобным службам со стороны бизнеса, инвестиционных фондов и государственных организаций.

В настоящий момент не существует общепринятого бесспорного определения социальной сети в Интернете. Обычно это понятие определяется как интернет-ресурс, предназначенный для взаимодействия людей в группе или в группах (ITpedia.ru). При этом указывается, что в качестве подобия социальной сети можно рассматривать любое сообщество в сети Интернет, представители которого участвуют в совместных обсуждениях. Однако данное определение чрезмерно размытое и не выделяет именно социальные аспекты сетей.

Эллисон и Бойд [3] определяют социальную сеть в Интернете как веб-сервис, позволяющий пользователям

- создавать открытые (публичные) или частично открытые профили пользователей;
- создавать список пользователей, с которым они состоят в социальной связи;
- просматривать и «трассировать» свой список связей и аналогичные списки других пользователей в рамках одной системы.

Исходя из сказанного выше можно дать следующее определение понятию «социальная сеть». Социальная сеть в сети Интернет – это интерактивный многопользовательский веб-сайт, обладающий рядом обязательных качеств:

- содержание (контент) сайта создается исключительно или преимущественно его пользователями;
- сайт представляет собой автоматизированную среду, в рамках которой пользователи имеют возможность создавать связи с другими пользователями (социальные связи) или социальные объекты (тематические группы);
- пользователи имеют возможность получать статическую и динамическую информацию об объектах, существующих в данной социальной среде, о социальных связях между ними;
- пользователям доступны функции коммуникации с другими пользователями и социальными объектами.

Таким образом, от других типов ресурсов в сети Интернет, в том числе от сайтов, имеющих функции обратной связи или предлагающих инструменты для общения пользователей, социальные сети отличаются развитой социальной направленностью и наличием механизмов, явно позволяющих пользователям объединяться и взаимодействовать в группах.

Схематично принципы взаимодействий в наиболее типовой социальной сети можно описать следующим образом. Пользователь А создает личный профиль, в котором указывает необходимые анкетные данные, и определяет свою связь с пользователем Б. В таком случае пользователь А сможет следить за действиями или находящимися в открытом доступе сообщениями пользователя Б; пользователь Б в общем случае получит доступ ко всей информации пользователя А. Пользователь В сможет найти пользователя А или Б по анкетным данным (например, на основе схожих интересов, близкого географического положения, общих моментов в биографии, наличия общих знакомых) и установить собственную связь с ними. Существенно отметить, что все три пользователя могут не состоять в реальной социальной сети и даже не знать друг друга лично. Хотя изначально термины «друзья», «контакты» и др., как правило, были реально обособованы, в современных социальных сетях количество связей каждого пользователя может исчисляться сотнями или тысячами, многие из тех, с кем пользователь контактирует, могут быть ему не знакомы.

Ключевым системообразующим элементом социальной сети обычно является база связей пользователя. На основе таких баз пользователи могут коммуницировать между собой или искать других пользователей, связанных с ними через цепочку знакомых. Социальный статус пользователя в данной сети гласно или негласно определяется объемом этой базы. От нее же, как правило, зависит потенциальная аудитория сообщений данного пользователя (чем больше связей, тем больше людей увидит информацию, опубликованную пользователем). В некоторых случаях, однако, данные о социальных связях пользователя могут быть скрыты. Такие социальные сети привлекают людей, предпочитающих иметь определенную приватность в общении или не желающих афишировать персональную информацию.

Большинство социальных сетей позволяют контролировать степень приватности публикуемой информации. Сообщения могут быть персональными (обращенными к конкретному участнику сети), закрытыми или приватными (доступными ограниченному кругу лиц, напри-

мер друзьям пользователя), публичными (доступными для просмотра всем пользователям сети или, в случае открытых сетей, любому человеку в сети Интернет). С 2007 г. существуют специализированные независимые службы поиска по социальным сетям: подразделения в поисковых системах Яндекс и Google позволяют проводить поиск по блогам, журналам и сайтам социальных сетей, а также предоставляют связанную с ними статистику (например, наиболее популярные темы в социальных сетях за определенный промежуток времени).

Представляется возможным выделить типичные характеристики и функции социальных сетей:

- хранение персональных анкетных данных участников и информации об их связях («друзья», «контакты» и т.п.);
- возможность устанавливать связи типа «друг», «знакомый» и т.п. в отношении других участников сети;
- возможность размещать на сайте собственное информационное наполнение (статьи, комментарии), в том числе мультимедийное (фотографии, музыка, видеоролики);
- возможность обмена мгновенными или почти мгновенными сообщениями с другими участниками сети (чат);
- возможность отслеживать активность (публикуемую информацию) других пользователей и реагировать на нее голосованием, комментированием;
- возможность индексировать информационное наполнение посредством задания ключевых слов, упрощающих систематизацию и в дальнейшем поиск информации;
- возможность создавать тематические группы, устанавливать принадлежность к тематическим группам;
- наличие рейтингов пользователей по различным параметрам (статистические, вычисляемые), например популярность, активность, рейтинг отношения или доверия со стороны других пользователей;
- назначение модераторов из числа участников сети (преимущественно в тематических коллективных блогах);
- расширенные функции, построенные на базе связей участников (например, календарь событий или встреч пользователей с функциями совместного доступа);
- возможность создания мини-программ на основе стандартизированного открытого языка разработки для интеграции в функционал социальной сети;

- игровой составляющей, создающей дополнительную мотивацию общения и взаимодействия участников (как правило, многопользовательские игры, частично ориентированные на расширение круга контактов пользователя).

Кроме того, для социальных сетей обычно характерны

- высокая скорость распространения информации, в том числе доверительных мнений («экспертные трибуны») и настроений («сарафанное радио»);

- высокая активность коммуникаций (каждый участник социальной сети проводит в ней в среднем два часа в день).

Неспециализированные социальные сети изначально лишены какой-либо специализации и не предполагают никаких ограничений по тематике коммуникаций участников (хотя в некоторых случаях в рамках конкретной социальной сети может сформироваться доминирующая группа пользователей со схожими интересами). В то же время в крупных социальных сетях часто происходит сегментация аудитории по тематическим интересам с созданием соответствующих групп внутри сети, таких как тематические и профессиональные сообщества в LiveJournal.com.

Специализированная социальная сеть – это социальная сеть, участники которой изначально объединяются вокруг определенной темы, идеи или области профессиональной деятельности. Такой специализацией могут выступать фотография, автомобили, политика, природа, воспитание и другие темы. В качестве специализированных социальных сетей можно рассматривать тематические группы и объединения пользователей внутри крупных глобальных социальных сетей (MySpace, Facebook, ВКонтакте, LiveJournal).

Основными отличиями специализированных социальных сетей от обычных является

- наличие специфического функционала, востребованного в данном сообществе;

- существенно меньшая аудитория;

- более сильная степень влияния на участников;

- высокая активность аудитории в вопросах, связанных со специализацией конкретной сети, профессиональное понимание тематики.

Как мы видим, к настоящему времени в силу своей распространенности, богатства функций и сложности структуры социальные сети стали достаточно значительным фактом социальной организации/дезорганизации. Это неизбежным образом привлекает к ним внимание различных государственных служб, ведомств и институтов. Проанализируем наиболее значительные примеры использования социальных сетей в интересах государств.

Правительственные органы ФРГ достаточно широко используют в целях информирования граждан мультимедийные политематические порталы, электронные газеты и журналы, новостные ленты и электронную почту. Консультации в режиме онлайн и прочие формы диалога с гражданами практикуют в основном региональные (земельные) и муниципальные власти. На федеральном уровне такие сервисы пока редки и ограничены преимущественно форумами и чатами. Однако в сентябре 2008 г. федеральное правительство ФРГ запустило в Интернете сайт для детей и подростков в возрасте от 10 до 14 лет [4]. На сайте в развлекательной форме дается информация о немецких политиках, о политической жизни страны и Европы. В рамках этого медиапроекта свой личный аудиоподкаст для детей ведет А. Меркель. Сайт обладает развитыми интерактивными формами взаимодействия с детьми. Федеральное министерство внутренних дел Германии в 2010 г. создало специализированную электронную сеть, обеспечивающую всем немецким полицейским быстрый доступ к служебной информации, позволяющей производить аутентификацию владельцев электронных паспортов и удостоверять подлинность документов. По инициативе и при поддержке Федерального министерства экономики и технологий Германии Союз инженеров Германии в течение ряда лет поддерживает работу 110 профессиональных социальных сетей по различным направлениям науки и техники в целях обеспечения научных связей между заинтересованными учеными и специалистами и стимулирования инновационной деятельности. Так, Аахенский центр компетенции в области медицинской техники поддерживает работу сети по медицинской тематике [5].

Проведенный в 2008 г. анализ целевых групп пользователей сети Интернет в ФРГ [6] показывает, что 73% пользователей в возрасте от 14 до 64 лет целенаправленно посещают в сети определенные выбранные ими сайты и относятся к категории «преданных пользователей»; 49% пользователей ищут в сети информацию по политическим проблемам.

Структура целевых групп, а также соображения информационной безопасности и высокой ресурсоемкости интерактивных инструментов



WEB 2.0 заставляют правительство ФРГ с осторожностью и неторопливо переходить к интерактивным формам общения с гражданами в социальных сетях. Акцент делается на формате электронного правительства. В 2005 г. было завершено выполнение государственной программы «BundOnline» стоимостью 650 млн. евро, благодаря которой гражданам стали доступны в Интернете все услуги государственных органов [7]. Этот портал предусматривает коммуникации в разных направлениях: сверху вниз (G2C) и снизу вверх (C2G). В 2008 г. наметился переход некоторых органов власти на интерактивные порталы. Федеральное министерство экономики и технологий ввело в действие портал [8], на котором поддерживается диалог с потребителями энергии (перспективы изменения цен на энергоносители и электричество, методы энергосбережения в домашнем хозяйстве, рекомендации по альтернативным поставщикам услуг). Министерство по защите окружающей среды и климата запустило предназначенный для молодых пользователей блог [9] с сильно развитыми интерактивными возможностями. Помимо сетевых дискуссий по вопросам экологии на данном сайте практикуется размещение фото- и видеоконтента пользователей, содержащего информацию о конкретных случаях нарушения экологических норм.

В Австралии на правительственном портале Get Involved Directory [10] гражданам страны, желающим принять участие в политическом процессе, предоставляется возможность виртуального участия в дискуссиях и форумах, получения консультации, размещения предложений или идей, обмена опытом. Также гражданам дают советы, как включиться в реальную политическую жизнь страны. Кроме того, в Австралии существует достаточно развитое интернет-сообщество представителей органов власти – Australian Gov 2.0 Community [11].

В США еще в 2007 г. избирательный штаб Б. Обамы использовал во время предвыборной борьбы технологию ежедневной рассылки по электронной почте листовок новостей на индивидуальные адреса избирателей, так что у тех складывалось впечатление, что к ним обращается лично Обама. Эта политическая маркетинговая технология легко может быть трансформирована в интересах правительственных органов, которые могут персонафицировать свои информационные контакты с гражданами.

На правительственном портале ExpectMore.gov [12] административная и аналитическая служба в режиме онлайн отслеживает ход выполнения правительственных программ и размещает оценки относительно достижения конкретного результата или провала исполнения.

Граждане получают возможность наблюдать, насколько эффективно используются государством полученные от них в виде налогов деньги. Реакция наблюдателей на подозрительные решения и действия правительственных органов публикуется здесь же, на портале, и с этой реакцией могут ознакомиться другие посетители портала (в шутку их именуют «сторожевыми псами»).

В конце мая 2009 г. власти США открыли портал Data.gov, куда начали выкладывать федеральные данные в машиночитаемых форматах. Пока там собрана не вся правительственная информация, но в дальнейшем, по планам властей, именно Data.gov станет основным ее источником.

Преуспели США и в области использования социальных сетей для нужд технической разведки. Инвестиционное подразделение ЦРУ под названием In-Q-Tel сделало инвестиции в стартап Visible Technologies, который занимается мониторингом социальных медиа в Сети. Таким образом, американские спецслужбы рассчитывают более эффективно использовать «открытые разведданные». ПО от Visible Technologies умеет отслеживать более полумиллиона WEB 2.0-сайтов ежедневно, проверяя миллионы постов и обсуждений в блогах, на форумах и в комментариях на таких ресурсах, как Flickr, YouTube, Twitter и Amazon. Однако сегодня технология Visible Technologies пока не приспособлена для мониторинга популярных «закрытых» социальных сетей, таких как Facebook. Пользователи данной разработки могут получать в реальном времени новые упоминания об интересующей их теме, заданной в виде ключевых слов. Кроме того, разработка Visible Technologies позволяет пользователям выставлять теги для постов, пересылать их своим коллегам и обсуждать эти материалы через специальный веб-интерфейс. ПО от Visible умеет оценивать каждый проверяемый пост, определяя контекст его содержания как позитивный, негативный, смешанный или нейтральный. Также программа может оценить степень влияния беседы на сайте или автора какой-либо заметки на общественное мнение. По словам представителей In-Q-Tel, задача Visible – помогать ЦРУ отслеживать иностранные социальные медиа и обеспечивать военных информацией о выявлении различных проблем. Впрочем, как отмечают аналитики, данный инструмент можно будет направить и на контроль медиа в самих США. Сейчас Visible Technologies уже занимается мониторингом WEB 2.0-ресурсов для таких компаний, как Dell, AT&T и Verizon, а для Microsoft Visible мониторит мнения о новой операционной системе Windows.

В Великобритании верхняя палата парламента совместно с независимой неправительственной организацией Hansard Society модерирует «Блог лордов» [13], обеспечивая прозрачный доступ к комментариям всем желающим. Подобный блог ведет министр иностранных дел.

Британское правительство определило норматив, регламентирующий правила блогосферы для государственных служащих, которые желают поддерживать онлайн-контакт с гражданами. В таких блогах также предусмотрен сервис для поддержки комментариев читателей и обеспечения доступа к ним для третьих лиц. Таким образом, мотивируется развитие критики снизу вверх в рамках политической коммуникации.

Кабинет министров поддерживает в интерактивном режиме сайт «Покажи нам правильный путь» [14]. Суть этой коммуникации состоит в привлечении рядовых граждан к выработке политических мер по актуальным событиям внутренней и внешней политики. Гражданин, давший правительству хорошую идею, получает солидное вознаграждение – 20 тыс. фунтов. Аналогичную акцию по «покупке» идей граждан ведет Министерство юстиции, выделившее на эти цели 150 тыс. фунтов.

В Великобритании проведено исследование эффективности интерактивных инструментов WEB 2.0 с точки зрения влияния на общество. В исследовательском отчете о цифровых диалогах с населением [15] отмечается, что граждане относятся с большим доверием к участвующим в диалогах политикам и прислушиваются к их мнению, если политики максимально быстро реагируют на вопросы или посты партнеров по диалогу, а также если диалог ведется по двум каналам одновременно и приближается по формату к обычной беседе.

В руководстве, составленном правительством Великобритании, собраны простые правила, которые позволяют государственному блогу стать более эффективным. Среди этих правил, например, такие, что блоггинг ведется от лица ведомства, что в качестве аватара берется логотип министерства или службы, а в день должно выходить от двух до десяти сообщений, не чаще, чем раз в полчаса. Регламентируются разные виды записей в официальном микроблоге, рекомендуются мелкие технологии, такие как укорачивание ссылок и т.д.

В Южной Корее участие граждан в выработке политических решений стимулирует существующий с 2003 г. WEB 2.0-форум Cyber Policy Forum. Здесь ежемесячно обновляются актуальные темы для общественной дискуссии и разработки предложений. Так, в 2003 г. по шести темам было принято 23 предложения граждан, которые легли в основу разработки правительственных программ.

В Дании в 2001 г. в провинции Северная Ютландия состоялась двухмесячная дискуссия онлайн между политиками и молодыми избирателями, впервые идущими голосовать. В форуме приняли участие 46 политиков, правительство Дании выделило на проект 700 тыс. евро. В результате дискуссии существенно повысилась явка молодых избирателей на выборы, и результат мероприятия был положительно оценен властью.

Один из наиболее показательных примеров использования социальных сетей в военно-политических целях продемонстрировал Израиль. Во время военной операции Израиля «Литой свинец» в секторе Газа осенью 2008 г. на самой посещаемой русскоязычной площадке блогов LiveJournal.com уже на второй день после начала боевых действий произраильские блоггеры открыли блог «gaza2009». Позже блог зарегистрировался и начал работу в других популярных социальных сетях – Контакт.ру, Одноклассники.ру.

Инициатором и модератором блога стал бывший советник министра обороны Израиля М. Бибичков. Блоггеры объявили своей главной задачей инициировать и координировать разъяснительную работу среди русскоговорящего населения Израиля, а также жителей России о позиции Израиля «в справедливой борьбе с террористами Газы». За несколько дней блог объединил вокруг себя более тысячи постоянных читателей-блоггеров, в день его посещало около 30 тыс. чел. Через блог шло оповещение участников о проведении акций в поддержку Израиля во всех точках мира и осуществлялась рекрутизация наиболее убедительных с точки зрения пропаганды сторонников Израиля. Блог аккумулировал и распространял поток мультимедийной информации, аналитических материалов, экскурсов в историю конфликта. 14 января 2009 г. организаторы блога «gaza2009» были приняты членом правительства Израиля Ш. Мофазом, который дал высокую оценку деятельности «штаба русскоязычных блоггеров» в поддержку политики Израиля. Активность израильских блоггеров не ограничивалась русскоязычным сегментом Интернета. В начале января 2009 г. в англоязычной сети Facebook начало работу сообщество блоггеров «I wonder how quickly I can find 1 000 000 people who support Israel». Уже к 15 января 2009 г. сообщество расширило свой состав постоянных читателей-корреспондентов до 150 тыс. чел.

Еще во время войны в Газе в англоязычном сегменте Интернета был зарегистрирован блог Giyus.org еврейской студенческой организации World Union of Jewish Students. В поддержку «патриотического» блога МИД Израиля распространил в сети письмо, в котором призвал

всех симпатизирующих Израилю читателей «осознать важность Интернета как нового поля битвы создания имиджа Израиля» и призвал «улучшить координацию усилий в режиме онлайн от лица Израиля». МИД призвал симпатизирующих Израилю скачивать с сайта блога [www.Giyus.org](http://www.Giyus.org) «полезную утилиту Internet Megafone», с помощью которой читатели будут получать ежедневные информационные материалы, «требующие возражений». Читателей призвали активно рекрутировать из их окружения лиц, желающих поддержать Израиль в Интернете. Было названо минимальное число участников проекта (100 тыс.), которое необходимо достичь для получения «нужного эффекта». Ресурс сайта микроблоггинга Twitter активно использовался сотрудниками генконсульства Израиля в Нью-Йорке. В целом, по выражению министра абсорбции Израиля Э. Афлало, «армия блоггеров является новейшим оружием Израиля на информационном фронте».

Как мы видим, усилия государства в регулировании сферы социальных сетей пока ограничиваются то попытками составить некоторую конкуренцию в этой области, выступая в качестве создателя собственных социальных сетей, тематических групп и генераторов контента, то ведением мониторинга и разведки. Более же глубокое регулирование, в том числе юридическое, наталкивается на сложности технической реализации, в основе которых лежит технология облачного хостинга. Показательным примером является техническая сложность удаления с видеохостингов ссылок на фильм «Невинность мусульман» во исполнение судебного предписания. Рассмотрим эти проблемы.

Очевидно, что в странах с развитой коммуникационной инфраструктурой социальные сети как форма общественной коммуникации постепенно вытесняют другие формы, в основе которых лежат личное общение и общение с помощью средств массовой информации. Бурный рост числа пользователей социальных сетей, количества самих социальных сетей, разновидностей контента и открыто предоставляемых сервисов экспоненциально увеличивает сложность этой области человеческой деятельности. Характерно, что эта область деятельности является трудным объектом для анализа и мониторинга в силу своей сложности и многообразия, несмотря на свою открытость. Самоорганизующийся аспект неизбежно вступает в конфликт с потребностью в организации и управлении этой сферой деятельности не в ущерб тем целям, ради которых социальные сети были созданы.

Судя по всему, изначальный смысл создания социальных сетей носил коммерческий характер, однако со временем они стали исполь-

зоваться в общественных и политических целях. Первыми ценность социальных сетей для обеспечения интересов государства осознали спецслужбы, которые начали их использовать в интересах разведки и контрразведки, для сбора установочных данных о лицах, для осуществления дезинформационных и пропагандистских мероприятий. Таким образом, на вооружение был взят негативный аспект социальных сетей – открытость, массовость, безопасность сбора информации и относительная легкость анонимного действия. Этот же негативный аспект стал предметом беспокойства государственных служб, ответственных за соблюдение контрразведывательных режимов и внутреннюю политическую стабильность. Только в последние пять лет некоторые государства (США, ФРГ, Великобритания, Австралия, Дания и др., в том числе Россия) осознали необходимость использовать социальные сети с целью увеличения повседневной эффективности прочих органов государственной власти, а не только спецслужб. Кроме того, влияние социальных сетей на внутреннюю и внешнюю политику приобрело такой масштаб, что стала очевидна необходимость регулирования этой отрасли как на техническом, так и на юридическом уровне.

Существуют радикальные способы регулирования, включающие в себя ограничение пользования Интернетом – правовыми или экономическими мерами и ограничение доступа к определенным сервисам и доменным зонам техническими средствами. Пример жесткого заградительного режима можно обнаружить в КНДР, где Интернетом имеет право пользоваться только очень ограниченный круг государственных и партийных чиновников. В Туркменистане Интернет легализован, однако стоимость его такова, что абсолютно не по карману подавляющему большинству граждан. В Китае реализован достаточно изощренный технический способ фильтрации неблагоприятного контента, благодаря чему понятие «китайский файрволл» стало нарицательным. В тех же странах, в которых доминирует либеральный подход к коммуникационной политике, подобные меры рассматриваются как явно неприемлемые, поскольку считается, что они приносят больше вреда, чем пользы.

Возможность избирательной фильтрации контента, а не отключения целых публичных сервисов, как это сделано в Китае, является технически непростой задачей в силу самой архитектуры социальных сетей. Дело в том, что большинство социальных сетей на уровне технической реализации основаны на технологии облачного хостинга, развивающейся в настоящее время опережающими темпами. Облачный хостинг является технологией, существенно увеличивающей сложность

трансляции, хранения и обеспечения безопасности данных. Службы, ответственные за безопасность данных, особенно трансграничных, на данный момент, очевидно, не справляются с этими вызовами.

Вне всякого сомнения, в основе любого рационального способа регулирования интернет-ресурсов лежит мониторинг. Методология мониторинга социальных сетей включает в себя комплексную обработку, учет и анализ данных, полученных в процессе следующих мероприятий:

- сбор текстовых массивов информации с сайтов социальных сетей;
- сбор данных о посещаемости социальных сетей;
- построение и обновление комплексных рейтингов.

В результате проведения этих мероприятий собираются, во-первых, текстовые массивы данных, представляющие собой проиндексированные поисковым механизмом базы данных, и, во-вторых, данные в виде записей о каждом посещении пользователями интернет-страниц сайтов из так называемых лог-файлов, собираемых системами веб-серверов при каждом запросе любой страницы. Ввиду невозможности получить лог-файлы со всех сайтов (эти данные принадлежат владельцам веб-сайтов и не могут быть переданы ими третьим лицам по запросу по причине конфиденциальности; исключение – запросы органов внутренних дел в рамках проведения следственно-розыскных мероприятий) единственным способом получить данные о посещаемости всех страниц сайтов является использование данных интернет-статистики.

Интернет-статистика – это сервис, позволяющий собирать и анализировать различную информацию о посетителях веб-сайтов. Информация выбирается из данных, предоставляемых сетевыми протоколами. Для получения переменных протокола из запроса пользователя требуется, чтобы вместе с открытием страницы сайта выполнялся серверный скрипт системы интернет-статистики. Самым простым способом сделать это является размещение на странице картинки – счетчика посещений, или интернет-счетчика. Подобные процедуры сбора и оценки данных с помощью интернет-счетчиков называют внешним аудитом – в отличие от внутреннего аудита на основе анализа лог-файлов. С помощью интернет-статистики можно выявить следующие параметры:

- посещаемость сайта специализированной социальной сети;
- популярность страниц (материалов) социальной сети;
- источники переходов посетителей на сайт социальной сети;

- поисковые системы и запросы, по которым посетители попадают на сайт социальной сети;
- каталоги и рейтинги, из которых на сайт социальной сети приходят посетители;
- пути, по которым проходят посетители по сайту социальной сети, начиная с точки входа и заканчивая точкой выхода с сайта;
- информация об используемых посетителями сайта социальной сети браузерах и операционных системах, о параметрах их настройки;
- информация об IP-адресах посетителей, используемых ими провайдерах подключения к сети Интернет;
- информация о географическом местоположении посетителей – стране и городе.

Можно сделать вывод, что внешний аудит предпочтительнее внутреннего мониторинга по ряду причин. Во-первых, при внешнем аудите возможно измерение показателей посещаемости специализированных социальных сетей и сайтов ФОИВ единым набором измерительных инструментов по общей методике. Это дает возможность адекватного сопоставления результатов измерений для различных специализированных социальных сетей. Во-вторых, схема внешнего аудита позволяет осуществлять мониторинг по большему числу параметров, а также менять параметры мониторинга «на лету», без вмешательства в работу программного обеспечения сайтов самих сетей. Некоторые социальные сети могут не иметь вообще или иметь недостаточно развитые средства собственного мониторинга. В-третьих, при внешнем аудите снижается вероятность недобросовестного влияния на окончательные результаты мониторинга со стороны заинтересованных представителей самой социальной сети. В-четвертых, оценка посещаемости с помощью установки интернет-счетчика является одной из наиболее надежных реализаций мониторинга специализированных социальных сетей.

### Примечания

1. TRADOC Regulation 350-6. – URL: <http://www.tradoc.army.mil/tpubs/regs/tr350-6.pdf>
2. См.: *Boyd, Ellison*. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, 2007. – URL: [http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd\\_ellison.html](http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd_ellison.html)
3. URL: [www.regierenkapieren.de](http://www.regierenkapieren.de)
4. URL: <http://www.kompetenznetze.de/netzwerke/medtech-AKM>
5. URL: [http://www.actaonline.de/presentationen/acta\\_2008/acta\\_2008\\_Information% 2390 EDC.pdf](http://www.actaonline.de/presentationen/acta_2008/acta_2008_Information%20390EDC.pdf)



6. URL: [www.bund.de](http://www.bund.de)
7. URL: [www.energie-verstehen.de](http://www.energie-verstehen.de)
8. URL: [www.meinumweltblog.de](http://www.meinumweltblog.de)
9. URL: [www.svc021.syd1-0106dpq.server-web.com/index.cfm](http://www.svc021.syd1-0106dpq.server-web.com/index.cfm)
10. URL: [www.svc021.syd1-0106dpq.server-web.com/index.cfm](http://www.svc021.syd1-0106dpq.server-web.com/index.cfm)
11. URL: <http://gov20australia.ning.com/>
12. URL: <http://gov20australia.ning.com/>
13. URL: [www.whitehouse.gov/omb/expectmore](http://www.whitehouse.gov/omb/expectmore)
14. URL: [www.lordsoftheblog.wordpress.com](http://www.lordsoftheblog.wordpress.com)
15. URL: [www.showusabetterway.co.uk](http://www.showusabetterway.co.uk)

Дата поступления 08.11.2012

Институт философии и права  
СО РАН, г. Новосибирск  
[dvin@ngs.ru](mailto:dvin@ngs.ru)

***Vinnik, D.V. Social networks as a phenomenon of society organization: their nature and approaches to their use and monitoring***

The paper considers social networks as a specific phenomenon of society organization and an object of management. By the present time, social networks due to their popularity, a great number of functions, and complex structure became a rather important fact of social organization/disorganization. The author analyses approaches to the use and monitoring of social networks for the benefit of the state realized in various countries.

**Keywords:** Internet social networks, monitoring, blog