

**В.В. Фурсова,
Казанский федеральный университет;
Д.Р. Гимадеева,
Казанский федеральный университет**

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ СОЦИАЛЬНОГО СТАТУСА ИНДИВИДА

В статье анализируется, как под влиянием интернетизации появляются новые формы занятости в современной России и изменяется социальный статус индивида. Подчеркивается, что интернет-коммуникация не только облегчила преодоление географических, пространственных барьеров интеракции, но и позволила находить новые гибкие формы самореализации и повышения социального статуса индивидов.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, социальный статус, социальная мобильность, информационные технологии.

**V.V. Fursova,
Kazan Federal University;
D.R. Gimadeeva,
Kazan Federal University**

THE INFLUENCE OF INTERNET COMMUNICATION ON THE TRANSFORMATION OF AN INDIVIDUAL'S SOCIAL STATUS

The article analyzes how, under the influence of internetization, new forms of employment appear in modern Russia and the social status of an individual changes. It is emphasized that Internet communication has not only facilitated the overcoming of geographical, spatial barriers of interaction, but also allowed finding new flexible forms of self-realization and improving the social status of individuals.

Keywords: Internet communication, social status, social mobility, information technologies.

Появление новых форм занятости (удаленная работа, фрилансерство и др.) сильно трансформировали процесс социальной мобильности. Интернет из вспомогательного инструмента внутри традиционных каналов мобильности,

функционирующих еще в предыдущих этапах развития общества, вырос до самостоятельного канала социальной мобильности с точки зрения самодостаточности в процессе профессиональной и материальной самореализации индивида, получения определенного статуса в обществе, причем можно говорить о том, что прозрачность и ясность принципов функционирования мобильности напрямую связана с ростом мотивации индивида. Мобильность способствует общественному развитию путем появления новых социальных групп, появления новых траекторий продвижения.

Интернет-коммуникация не только облегчила преодоление географических, пространственных барьеров коммуникации, но и позволила находить новые гибкие формы самореализации (дистанционное образование, удаленная работа и проч.). Например, М. Кастельс отмечает: «Эмпирические данные свидетельствуют о том, что интернет не содействует социальной изоляции и личному отчуждению [1]. Компьютерная коммуникация не заменяет другие средства коммуникации и не создает новые. Однако ученый отмечает революционность информационных технологий [2]. Они расширяют традиционные типы коммуникации (например, телефонные, транспортные), укрепляя социальные связи, усиливая космополитизм профессиональных и менеджерских групп, оказавшихся в новых, глобальных, рамках. Онлайн-взаимодействие в процессе производства, управления и распределения увеличивает связи между различными, до этого «искусственно разделенными» сферами труда и занятости. Таким образом, М. Кастельс видит в интернете средство, которое эффективно выполняет функцию укрепления социальной сплоченности и позволяет внедрять коренные изменения в сферу занятости: «Умелое использование интернета превратилось в главный источник повышения эффективности и конкурентоспособности для всех видов деловой активности» [1].

Если в традиционном или капиталистическом обществе социальный статус определялся принадлежностью к какой-либо общности (клану, сословию, классу), то в современном мире он становится результатом индивидуальной оценки качеств, деятельности. Известный отечественный исследователь Д.В. Иванов подчеркивает возрастание важности собственных усилий индивида в сфере виртуальных практик. Происходит появление новых неравенств на базе конкуренции образов-стилизаций [3]. Движущей силой развития современного общества, по мнению Иванова, становится «воля к виртуальности», а ключевым фактором изменений является виртуализация как широкий процесс вклю-

чения симуляций образами взамен институционально определенных практик, влекущий за собой нарастание компьютеризации.

Новой характерной чертой информационного общества является трансформация значимости популярности. Сам феномен появился, конечно, задолго до информационного общества, однако именно в современный период становится столь массовым значимым явлением. Л. Гринин даже говорит о появлении нового социального слоя «люди известности». Им присущи такие особенности, как большие доходы, которые подкрепляются и воспроизводятся именно благодаря их известности. Эта социальная группа объединяется общим признаком – эксплуатацией своей популярности, а также конвертацией ее в должности, связями и возможностью передачи ее по наследству [4]. Личная известность, по мнению автора, является важнейшим ресурсом, источником неравенства в обществе, наряду с властью, богатством, престижем, статусом и привилегиями.

Именно с этим новым изменением связано активное развитие теории медиатизации, которое фокусируется на исследовании роста воздействия медиапространства в широком смысле на сознание и деятельность индивида в обществе. Суть этих изменений отражается в новом обозначении – «медийный человек», в котором подчеркивается зависимость каждого от телефонов, гаджетов, информационных технологий. Таким образом, известность становится важным фактором влияния на стратификацию общества, без рассмотрения которого невозможно понимание протекания процесса мобильности в информационном обществе. Не последнюю роль в этом сыграл интернет как наиболее массовое доступное средство массовой коммуникации, реализующий возможность обретения известности широким слоям общества, не обладающих дополнительными ресурсами, такими как материальное положение, происхождение, выдающиеся профессиональные успехи, публичность профессии.

С.В. Бондаренко отмечает, что если в социуме разделение на страты образуются по принципу схожести статусов и ролей, то в виртуальном сообществе – на основе общих интересов и целей участников взаимодействия [5]. В результате, по мнению Л. Бляхера, возникают виртуальные страты, которые рассматриваются как «случайное пересечение идеалов» [6]. Виртуальные страты отличаются от стабильных и наследуемых страт тем, что существуют лишь во взаимодействии, они имеют гораздо меньший срок существования. В целом ученые подчеркивают их менее формализованный, организованный характер.

Виртуальные пространства создают новые сообщества, которые играют роль в жизни человека в целом, не ограничиваясь виртуальной сферой. Сетевые взаимодействия выполняют важные функции регулирования принадлежности к определенным группам, потребности в коммуникации, установления новых социальных связей, организации совместной деятельности. Виртуальные социальные сети подобны взаимодействию в социуме, основным отличием является то, что социальный статус индивида не ограничивает самореализацию, активность индивида, тогда как в реальной жизни, как правило, социальный статус предполагает социальные роли и следование им.

Подход исследователей В. Печенкина и Е. Ярской-Смирновой основан на использовании сетевого анализа при изучении социальных проблем. Приведен анализ взаимодействий пользователей внутри сети, развития сетевых взаимосвязей с помощью цифровых технологий, которые могут дополнять естественные межличностные взаимодействия [7]. К.Е. Гурин рассматривает феномен дружбы в социальной сети, роль виртуальных сообществ (пабликов). Онлайн-сообщества возникли, воплотив в себе черты традиционных СМИ. Дружба в сети играет большую роль в формировании онлайн-сообщества, его укреплении и становлении лояльной аудитории.

Так называемый множественный характер субъективности – свойство, присущее пользователям интернета, которых С.А. Решенин делит на две группы:

1. Потребители, чья деятельность в большей степени сводится к пассивному участию (потреблению услуг).
2. Виртуальные личности – активные участники, включенные в многочисленные межличностные коммуникации. Виртуальные личности, как правило, являются членами не одного онлайн-сообщества. Основными характеристиками таких участников автор выделяет многомерность, изменчивость, зависимость от социального контекста.

Список литературы:

1. Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. С. 83.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. С. 222.
3. Иванов Д. Виртуализация общества. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2000. С. 16.

4. Гринин Л.Е. Информационное общество и феномен известности. История и современность История и современность. 2009. № 2. С. 25.
5. Бондаренко С.В. Постфордистский дискурс экономической эффективности поствеберовской бюрократии «электронного государства» // Город как пространство современности: экономическая, социальная и культурная повседневность постфордистского города. Екатеринбург, 2012. С. 3.
6. Бляхер Л. Нестабильные социальные состояния. М., 2005. С. 22.
7. Сушко В.А. История возникновения и методология сетевого анализа // Журнал социологии и социальной антропологии. 2018. № 1. С. 172.