
СОЦИАЛЬНЫЕ СТРАСТИ

А. Б. Шалимов

ДИАЛЕКТИКА СОЦИАЛЬНОГО И ИНДИВИДУАЛЬНОГО В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ¹

Аннотация. В статье социальные сети (Вконтакте, Facebook, Одноклассники, Твиттер) рассматриваются как социальный институт, в котором диалектика индивидуального и социального выражается в интериоризации (субъективации) социального и экстерииоризации (объективации) индивидуального. В социальных сетях пользователи интериоризируют ценности свободного общения, неприятия запретов, специфические социальные роли, отношение к другим социальным институтам. Особое внимание в статье уделено таким явлениям, как список друзей и репосты в социальных сетях. Социальные сети же формируют у человека отношение к дружбе как дискретному, ситуативному и утилитарному явлению. Репосты рассматриваются в исследовании в тренде деградации коммуникации в социальных сетях, потому что приводят к буквальному растворению в коммуникативных процессах любого личного содержания, потере идентичности. Практики в социальных сетях прецедентны и возникают в процессе экстерииоризации наиболее успешных, популярных форм и содержаний, возникающих в процессе обмена информацией и постоянной коммуникации. Экстерииоризация в социальных сетях очень тесно связана с творчеством, с генерацией новых форм и содержаний в информационной интернет-матрице. Автор статьи приходит к выводу о том, что свобода воли человека в диалектичном процессе смены интериоризации социального и экстерииоризации индивидуального в социальных сетях заключается в осуществлении выбора между творческим актом социализации-инициации личности и отчуждением человеческой сущности через растворение в коммуникации.

Ключевые слова: социальные сети, экстерииоризация индивидуального, интериоризация социального, коммуникация, социальный институт, социальные медиа, социальные связи, социум, репост, творчество.

Памяти профессора А. Я. Райбекаса

Бытие человека в социальных сетях детерминировано его экзистенциальной и социальной сущностями². Человек в социальных сетях сталкивается с диалектическим противоречием своего Я и образа этого Я, с одной стороны, и отношениями внутри социального института и другими институтами и социальными сетями, с другой. Находясь в социальных сетях, человек осуществляет поиск себя как идентичности и как личности. Причем, оба процесса взаимообусловлены и постоянно перетекают друг в друга. Первый процесс можно назвать интериоризацией

социального в социальных сетях, второй — экстерииоризацией индивидуального в социальных сетях.

Интерииоризация социального в социальных сетях

Человек интерииоризирует нормы сообщества (социальных сетей). Так, модель открытых социальных отношений (когда любой человек может обратиться с любой просьбой, вопросом, предложением и т.д. к любому человеку) стала для целого поколения интернет-пользователей не только социальной нормой, но воспринимается теперь как неотъемлемое право и часто как личная характерная черта. Именно поэтому, например, интернет-пользователи безоговорочно поддержали на выборах мэра Москвы в 2013 году блогера Алексея Навального, т.к. он сам может обратиться к чиновнику любого ранга с любым вопросом, и аналогично к нему всегда можно обратиться че-

¹ Публикация подготовлена при поддержке РГНФ (проект № 13–13–24004).

² Шалимов А. Б. Социальные сети как форма бытия и социальный институт // Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные науки. 2012. № 7 (5). С. 970–977.

рез все доступные в социальных сетях каналы связи и получить ответ. По той же причине интернет-пользователи критикуют активность в социальных сетях Дмитрия Медведева, т.к. на любой из площадок происходит ограничение свободного общения с этим человеком (отключается возможность писать личные сообщения, оставлять комментарии на стене и т.д.). Человек, благодаря особым пространственно-временным характеристикам социальных сетей, считает, что любой находится от него близко и живет с ним в одно и то же время. В этой системе координат нет места официальным запросам, общению через референтов и секретарей, записям на прием, приёмным и неприёмным дням и т.д. Демократичный стиль общения полностью стирает любые бюрократические, классовые и пр. границы между людьми. Представленность в социальных сетях для людей разных профессий становится необходимостью. Навык общения через социальные сети начинает быть конкурентным преимуществом для политиков, учителей, врачей, риелторов, менеджеров по продажам и т.д. Социальные сети буквально вынуждают любого человека быть более общительным.

Другой ценностью социальных сетей, которая прошла интериоризацию, является неприятие любых запретов. Например, реестр запрещенных сайтов был создан ФЗ-139 (28.07.2012), который внес в федеральный закон № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» статью 15¹. Эта статья устанавливает, в частности, основания для включения сайтов в список запрещенных. Досудебное закрытие сайтов возможно после решения федерального органа при наличии детской порнографии или объявлений о привлечении несовершеннолетних в качестве исполнителей в мероприятиях порнографического характера; информации об изготовлении или получении наркотиков, психотропных веществ и их прекурсоров; информации о способах совершения суицида, а также призывов к его совершению; информации о несовершеннолетних, пострадавших в результате преступлений¹. При этом ряд сервисов, распространяемых в т.ч. и через социальные сети, позволяет получение анонимного доступа к сайтам, которые заблокированы в РФ по тем или иным причинам. Доступ осуществляется с серверов, находящихся за пределами России

¹ Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изменениями и дополнениями).

и не подпадающих под действия системы блокирования. Кроме того, информация, попавшая под запрет, может получить наоборот более широкое распространение в связи с тем, что пользователи начинают пересылать ее друг другу через личные сообщения и пр. сервисы. Так, ролик «Лучшие способы глупо умереть», снятый в Австралии по заказу одной из транспортных компаний, размещенный на странице известного блогера Артемия Лебедева, попал в реестр запрещенных сайтов, но из-за этого получил еще большее распространение в России через вирусную рассылку ссылок на него в социальных сетях. При этом в Австралии ролик не находится под запретом, наоборот, благодаря его публикации число несчастных случаев на транспорте существенно сократилось.

Интериоризируются отношения с традиционными социальными институтами — государством, армией, семьей, школой, корпорацией и т.д. Если традиционный социальный институт нарушает принятые в рамках социальных сетей нормы, возникает резко конфликтная ситуация. Причем стороной конфликта выступают не какие-либо референтные лица (администрация социальной сети), а простые пользователи — по отдельности (что породило такое явление как «влиятельный блогер») или в какой-либо общности (как в случае с группой «Красноярск против», численностью более 50000 человек, выступившей против строительства ферро-марганцевого завода). Если раньше отношения между социальными институтами можно было урегулировать в ходе переговоров на «высшем» уровне (например, между руководителем государства и главой церкви), то конфликт с пользователями социальных сетей невозможно разрешить «по звонку» Павлу Дурову или Марку Цукербергу. Нормы взаимоотношений у пользователей социальных сетей настолько интериоризированы, что ни референтные лица, ни вновь созданные в рамках социальной сети правила и запреты, ни информационные кампании по их дискредитации не могут в краткосрочной и среднесрочной перспективе их изменить. Решить социальный конфликт «по-быстрому» в современном мире становится невозможным, работают только долгосрочные программы встраивания отношений, регулярной, непрерывной, длительной коммуникации с людьми.

В рамках межгрупповых, межперсональных и пр. взаимодействий, возникающих в социальных сетях, человек принимает и усваивает различные типичные для этого социального института роле-

вые функции — лидер мнений, тролль, провокатор, спамер, луркер, администратор, редактор, модератор группы или публичной страницы, участник сообщества и пр. То, что социальные роли (в особенности в профессиональной сфере) приводят к изменениям в психике человека — обычное явление. Но в социальных сетях интериоризируются скорее другие, психические, а не социальные, профессиональные роли. Например, быть троллем только в социальных сетях становится для человека слишком сложным, эта роль начинает проявлять себя во всех других сторонах жизни человека (повседневном общении, в семье, отношениях с социальными институтами и т.д.). Луркер — это человек, который использует свою страницу только для доступа к новостям сети, просматривает чужие записи, ставит оценки, но не комментирует и совсем не генерирует своего содержания (даже репостов). Пассивная модель поведения становится притягательной, т.к. можно все обо всех знать, а самому ни с кем информацией о себе не делиться, т.е. полностью раствориться, стать невидимкой.

Особое внимание стоит уделить формализованному в социальных сетях понятию «друзья». Социальные сети (в частности ВКонтакте, Facebook, Одноклассники) обобщают весь список контактов наименованием «друзья». Каждый знакомый, вне зависимости от реальной роли его по отношению к человеку, — конкурент, коллега, сосед, член семьи (супруг, отец, мать и т.д.) и даже недоброжелатель, враг в силу каких-либо жизненных обстоятельств — несмотря ни на что относится к категории «друзья». С одной стороны, экзистенциально это означает девальвацию дружбы, которая традиционно подразумевала существование очень тесной связи между людьми. С другой стороны, изменение концепта дружбы исторично. Для Аристотеля, например, «друг — это одна душа, живущая в двух телах»¹, т.е. духовная целостность. Георг Зиммель же считал, что «современный человек с усложнением своего внутреннего мира вынужден больше скрывать, поэтому можно говорить о дружбе разных сторон «Я»: с кем-то может связывать симпатия, с кем-то — интеллектуальные интересы, религиозные чувства, или общий жизненный опыт»². Целостность распа-

дается, дружба становится дискретной, ситуативной. «Социологические исследования современной дружбы, если рассматривать их выводы на фоне исторического опыта, демонстрируют не столько «оскудение» дружеских чувств и отношений, сколько усложнение и психологизацию их критериев, в свете которых реальные личные связи сплошь и рядом выглядят неудовлетворительными»³. Социальные сети же формируют у человека отношение к дружбе как утилитарному явлению. Здесь в друзья можно добавить, друга можно удалить из списка контактов, количество друзей ограничено только 10000 человек в социальной сети ВКонтакте, дружба имеет в социальных сетях информационную сущность, т.е. представляет собой обмен информацией.

Исследования социальных связей в Facebook показали, что около 50% пользователей Facebook имеют более 100 друзей, 20% — менее 25 друзей, а 10% — менее 10 друзей⁴. Официальная статистика Facebook утверждает, что среднее количество друзей у пользователей социальной сети составляет 130 человек.

Пол Адамс, глобальный менеджер Facebook по отношениям бренда, анализирует эти данные в контексте существования сильных и слабых связей между людьми. Сильные связи — это те, кто относится к «кругу доверия», эти связи подразумевают особый эмоциональный контакт — семья, близкие друзья, сексуальные партнеры и др. Сильные связи также называют прочными, люди сохраняют их на протяжении длительного времени, десятков лет и даже в течение всей жизни. «Сохранение наших прочных связей имеет важное значение для нашего благополучия. Люди, имеющие надежные связи реже заболевают гриппом, простужаются, имеют меньший шанс подхватить сердечно-сосудистое заболевание»⁵. В среднем люди имеют сильную связь с 2–6 людьми, вступая с ними в общение не реже одного раза в неделю. Подавляющее число взаимодействий в социальных сетях происходит между людьми, которых соединяют сильные связи. Так как большая часть жизни человека связана с тем, с кем у него прочные связи, эти люди обладают самым большим влиянием на него, его поступки и решения.

¹ Аристотель. Сочинения в четырех томах. Т. 1 / Ред. В. Ф. Асмус. М.: Мысль, 1976. 550 с. (АН СССР, Ин-т философии. Флос. наследие). С. 371–448.

² Ионин Л. Г. Социология Георга Зиммеля // История буржуазной социологии XIX начала XX века / Под ред. И. С. Кона. М.: Наука, 1979. С. 180–203.

³ Кон И. С. Дружба. СПб.: Питер, 2005. 330 с.

⁴ Ugander J., Karrer B., Backstrom L., Marlow C. The Anatomy of the Facebook Social Graph (<http://arxiv.org/abs/1111.4503>).

⁵ Adams P. The Real Life Social Network (URL: <http://www.slideshare.net/padday/the-real-life-social-network-v2>).

Социальные сети практически никак не могут поменять коммуникацию в рамках сильных связей, зато существенно изменили некоторые аспекты отношений в слабых. Слабые связи — это люди, с которыми на определенном этапе нашей жизни нас связало знакомство (дальние родственники, одноклассники, однокурсники, сослуживцы, коллеги, соседи, курортные знакомства и т.д.). Если в общении с такими людьми в прошлом преобладал случайный фактор, то сегодня связь после мимолетного знакомства на какой-либо вечеринке или публичном мероприятии может просуществовать неограниченное количество времени. У людей появилась возможность мгновенного возобновления отношений (например, если верить анекдотам и юмору из КВН, то появление социальной сети «Одноклассники» увеличило в России количество супружеских измен с бывшими сексуальными партнерами — увлечениями молодости, бывшими коллегами и др.).

Список друзей в социальных сетях американские ученые рассматривают как социальный капитал человека, анализируя не только количество, но и качество связей между людьми. Причем применяются сугубо утилитарные критерии качества — в соответствии с традиционной социальной иерархией в обществе¹. В социальных сетях существуют специальные программы, оценивающие уровень вашей влиятельности с точки зрения анализа таких критериев, как размер персональной сети, количество и объем публикаций, а также востребованность контента, реакцию на него. Например, для программы Klout «в Twitter степень влияния зависит от 35 параметров, например, от числа фолловеров и пользователей, за которыми вы следите, ретвитов и упоминаний, от степени влияния ваших друзей, от количества личных сообщений»².

Друг в социальных сетях всего лишь тождествен термину «другой». Экзистенциальное бытие личности конституируется её причастностью к жизни и социально-ценностной актуальности другого³. Другие постят свои сообщения в моей лен-

те, более того, эти сообщения являются для меня свидетельствами бытия других в социальных сетях. Соответственно, другие тоже узнают о существовании меня из моих постов. Здесь важным моментом является функция репоста в социальных сетях. Простой функционал позволяет не генерировать собственные сообщения, а заполнить свою ленту чужими сообщениями. Присоединиться к чужому изречению, содержанию значительно проще, чем продуцировать свое. За последние 3 года в социальной сети Вконтакте, например, выросла целая индустрия публичных страниц с генерируемым профессиональными авторами содержанием (что на самом деле по своей сути противоречит основным постулатам веб 2.0, прежде всего, идее субъект-субъектной коммуникации), целью которых является максимальный репост этих сообщений обычными пользователями. Это привело к тому, что лента большинства пользователей представляет собой не личный блог, а набор репостов. Другие узнают обо мне не из моего содержания, а из репостов, которые я сделал и которые до этого были созданы другими людьми (объект-объектная коммуникация). Получается, что мы не то, что мы пишем сами, а «то, что мы перепостиваем» из своей ленты. Фактически человек в таком случае отказывается от своего права авторства и делегирует это право профессионалам (т.е. людям, которые получают за это деньги). Буквально человек становится звеном коммуникации. Я от Другого отличается не собственным содержанием, набором потоков сообщений, которые Я пропускает через себя. Процесс пропускания через себя информации низводит человека до простой функции информационных социальных отношений и прерывает историческую эволюцию личности. Однородная и однотипная информация останавливает индивидуальное время человека, при этом длящийся в физическом времени процесс освоения такой информации он воспринимает как собственную историю развития, прогресс, которого на самом деле не происходит. Человек в социальных сетях настолько же свободен быть собой, насколько и не способен им быть. По М. Шелеру, бытийная задача личности укоренение духа в инстинктах, потребностях, желаниях, детерминированных биологической природой человека и, в конечном итоге, преобразовании витальной энергии в творческую и созидательную. При этом телесные (биологические) потребности человека встают на второй план в силу особых характеристик работы сознания и познания мира через социальные сети. Доминирующей потреб-

¹ Johnstn Kevin, Tanner Maureen, Lalla Nishant and Kawalski Dori. Social Capital: the benefit of Facebook «friends» / Behaviour & Information Technology, 1–13, 2011.

² Изучение влияния в социальных сетях с помощью Klout (URL: <http://cossa.ru/articles/152/14238/>).

³ Инговатов В. Ю. Диалектика социального и экзистенциального в бытии человека // Ползуновский вестник. 2005. № 3. С. 199–204.

ностью выступает коммуникация, получение и передача информации. Свобода воли человека заключается в осуществлении выбора между творческим актом социализации-инициации личности и отчуждением человеческой сущности через растворение в коммуникации.

Еще одним примером бытия по отношению к другому является то, что многие компании, создавая сообщество своих брендов в социальных сетях, наполняют их «ботами» (неживыми, специально созданными аккаунтами, страницами, за которыми нет живого человека). Такая практика была распространена 2–3 года назад, но при этом компании, конечно, не получали никакого отклика от аудитории, переходов на корпоративный сайт и роста продаж. Вскоре сообщества этих компаний пришли в упадок, многие из них перестали существовать. Таким образом, другой отсутствовал, и индивидуальное бытие бренда без социальности обесценивалось, теряло всякий смысл.

Подражание поведению других происходит в социальных сетях неосознанно. В этом картезианском театре зритель начинает подыгрывать актерам, при этом совсем забывает собственную роль. Отчуждая и заново социализируя собственную личность, человеку стать собой в социальных сетях, ощутить и осознать собственную экзистенцию становится сложно и страшно, а институализированная форма такой встречи с самим собой (инициация) отсутствует. Социальность подавляет индивидуальность и за счет пространственно-временных факторов (прежде всего, максимально комформистского характера времени социальных сетей), и из-за особенностей функционирования сознания в социальных сетях (отсутствия кватри, замену эмоции знаком и пр.), и из-за иного экзистенциального опыта (замена симулякрами основных экзистенциальных событий в жизни человека).

Экстериоризация индивидуального в социальных сетях

Достаточно часто в социальных сетях прецедентные события самовыражения становятся нормой для всех участников сообщества. Ведь формы общения, жанры постов, способы донесения информации до аудитории были созданы творческими усилиями конкретных людей, чаще всего, не имеющих никакого отношения к создателям социальных сетей, а являющихся обычными их пользователями. Люди создают прецеденты, которые получают максимальное распространение, показывают свою эффективность, становясь популярными среди других пользователей. Так,

нормой стала запись домашних видеоклипов и выкладывание их в сеть с целью продвижения собственной музыкальной карьеры, можно привести пример ряда музыкантов, всемирно известного PSY, а российских Валентина Стрыкало, Игоря Растеряева, Васи Обломова, Николая Воронова и др. Например, известность Игорю Растеряеву принесла снятая на мобильный телефон и размещенная на YouTube в феврале 2010 года песня «Про комбайнёров». По состоянию на начало мая 2012 года первоначальный ролик на YouTube был просмотрен более 4,2 миллиона раз, став одним из наиболее успешных видео в Рунете (в 2010 году он вошёл в десятку самых просматриваемых роликов в России). Всего же видеоролики с песнями в исполнении Растеряева («Русская дорога», «Казачья песня», «Ромашки», «Раковка», «Георгиевская ленточка» и др.) собрали только на YouTube на начало мая 2012 года более 13 миллионов просмотров. Социальные сети являются удобной площадкой для экстериоризации — от публикации фотографий в Instagram, рецептов приготовления блюд до советов с нетрадиционными методами лечения от доктора Попова, которые также стали Интернет-хитами.

В социальных сетях «все делятся на людей, создающих тренды, транслирующих и потребляющих это отправная точка для тех, кто занимается информацией»¹.

Экстериоризация в социальных сетях очень тесно связана с творчеством, с генерацией новых форм и содержаний в информационной интернет-матрице. Дело в том, что появление нового, успешного и популярного в социальных сетях практически мгновенно приводит к изменениям в нормах сообщества. В качестве примера можно привести появление таких форматов фототворчества в социальных сетях (особенно в Instagram), как луки (фотография человека в полный рост в каком-либо особенном образе), дакфейсы (фотографии с вытянутыми в трубочку губами), фейспалмы (фотографии с закрытым руками лицом), фотографии еды перед ее употреблением («Одна девочка не отправила в Instagram борщ перед тем, как съесть его, и умерла») и др.

Процессы субъективации и объективации (интериоризации и экстериоризации) в социаль-

¹ Цыплухин В. Работа с информацией сводит меня с ума // Частный корреспондент, 28 октября 2011 г., 17.51 (URL: http://www.chaskor.ru/article/rabota_s_informatsiej_svodit_menya_s_uma_25461).

ных сетях практически мгновенны. Интенсивность коммуникации в социальных сетях приводит к ее обеднению по смыслам, идеям, содержанию. Поэтому появление новых форм и содержаний даже на локальном уровне приводит к быстрой экстерииоризации успешного опыта. Например, условное появление в Инстаграме блога молодой мамы с фотографиями детей должно привести к повторению этого опыта у ее подруг в других социальных сетях. Круг общения тесно связан с интересами, и когда какое-либо содержание находит достойное выражение, форму, это мгновенно считывается и повторяется людьми со схожими интересами. Подобные практики либо укореняются, либо, наоборот, исчезают, в первые же дни и недели они проходят свою проверку на жизнеспособность. Индивидуальное просится наружу через различные формы и содержание, проблема заключается в постоянном творческом поиске средств его выражения. Граница между интимным и публичным в социальных сетях стерта, ее проводит сам человек. При этом от регулярности извлечения из запасников интимного каких-либо образцов его выражения зависит то, увидит, вспомнит, оценит ли вас другой. Если у вас получается это делать, будьте уверены другой и другие повторят это многократно. В картезианском театре социальных сетей в условиях дефицита драматургии любые этюды и миниатюры пробуют разыграть все актеры.

При этом социальным сетям свойственна некая когнитивная и мотивационная ригидность. Неготовность к построению новой концептуальной картины окружающего мира при получении дополнительной информации, которая противоречит старой картине мира, выражается в том, что прецеденты с формами и содержаниями, к которым в данный момент не готова основная масса пользователей, будут быстро забыты. Эта особенность тесно связана с конформистским характером событийного времени социальных сетей. Таким образом, прецедент может быть не своевременен, и поэтому отвергнут системой. Неготовность к отказу от уже сформированных потребностей и от привычных способов их удовлетворения или к принятию новых мотивов характерна для пользователей социальных сетей. Тем не менее, когда новые потребности задаются системой сверху (самим функционалом социальных сетей), мотивационная ригидность дезавуируется.

Н. А. Бердяев, описывая силу творчества, утверждал: «Творческий акт всегда есть освобождение

и преодоление»¹. Именно в качестве преодоления и освобождения от деперсонализирующего действия современной коммуникации выступают творческие акты пользователей социальных сетей. Творя, пользователь социальных сетей изменяет самого себя. Рефлексия творчества есть акт самопознания, а распространение творческих результатов зависит от круга общения и образа творца, сформированного на прежнем этапе коммуникации. Будет ли оценен и принят творческий результат зависит от аудитории и той информации, которую она уже получила от творца. Соответственно, идентичность человека зависит от социального фактора окружения и, наоборот, люди из нашего списка контактов и отношения с ними формируются на основе той информации, которую генерируем мы.

Выводы:

1. Диалектика индивидуального и социального в социальных сетях выражается в интериоризации (субъективации) социального и экстерииоризации (объективации) индивидуального. Эти два процесса происходят постоянно, взаимосвязаны и перетекают друг в друга.

2. В социальных сетях пользователи интериоризируют ценности свободного общения, неприятия запретов, специфические социальные роли (такие как тролль, луркер и пр.), отношение к другим социальным институтам, а также к дружбе как дискретному, ситуативному и утилитарному явлению.

3. Практики в социальных сетях прецедентны и возникают в процессе экстерииоризации наиболее успешных, популярных форм и содержаний, возникающих в процессе обмена информацией и постоянной коммуникации.

4. Репосты представляют собой деградацию коммуникации в социальных сетях и приводят к буквальному растворению в коммуникативных процессах любого личного содержания, потере идентичности.

5. Свобода воли человека в диалектичном процессе смены интериоризации социального и экстерииоризации индивидуального в социальных сетях заключается в осуществлении выбора между творческим актом социализации-инициации личности и отчуждением человеческой сущности через растворение в коммуникации.

¹ Бердяев Н. А. Смысл творчества // Философия творчества, культуры и искусства. М.: Искусство, 1994. С. 40.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изменениями и дополнениями).
2. *Аристотель. Сочинения в 4-х т. Т. 1 / Ред. В. Ф. Асмус. М.: Мысль, 1976. 550 с. (АН СССР, Ин-т философии. Филос. наследие).*
3. Бердяев Н. А. Смысл творчества // Философия творчества, культуры и искусства. М.: Искусство, 1994.
4. Изучение влияния в социальных сетях с помощью Klout (URL: <http://cossa.ru/articles/152/14238/>).
5. Инговатов В. Ю. Диалектика социального и экзистенциального в бытии человека // Ползуновский вестник. 2005. № 3. С. 199–204.
6. *Ионин Л. Г. Социология Георга Зиммеля // История буржуазной социологии XIX начала XX века / Под ред. И. С. Кона. Утверждено к печати Институтом социологических исследований АН СССР. М.: Наука, 1979. С. 180–203.*
7. Кон И. С. Дружба. СПб.: Питер, 2005. 330 с.
8. Цыплухин В. Работа с информацией сводит меня с ума // Частный корреспондент, 28 октября 2011 г., 17.51 (URL: http://www.chaskor.ru/article/rabota_s_informatsiej_svodit_menya_s_uma_25461).
9. Шалимов А. Б. Социальные сети как форма бытия и социальный институт // Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные науки. 2012. № 7 (5). С. 970–977.
10. Adams P. The Real Life Social Network (URL: <http://www.slideshare.net/padday/the-real-life-social-network-v2>).
11. Johnston Kevin, Tanner Maureen, Lalla Nishant and Kawalski Dori. Social Capital: the benefit of Facebook «friends» / Behaviour & Information Technology, 1–13, 2011.
12. Ugander J., Karrer B., Backstrom L., Marlow C. The Anatomy of the Facebook Social Graph (<http://arxiv.org/abs/1111.4503>).

References (transliteration):

1. Federal'nyi zakon ot 27 iyulya 2006 g. № 149-FZ «Ob informatsii, informatsionnykh tekhnologiyakh i o zashchite informatsii» (s izmeneniyami i dopolneniyami).
2. *Aristotel». Sochineniya v 4-kh t. T. 1 / Red. V. F. Asmus. M.: Mysl», 1976. 550 s. (AN SSSR, In-t filosofii. Filos. nasledie).*
3. Berdyayev N. A. Smysl tvorchestva // Filosofiya tvorchestva, kul'tury i iskusstva. M.: Iskusstvo, 1994.
4. Izuchenie vliyaniya v sotsial'nykh setyakh s pomoshch'yu Klout (URL: <http://cossa.ru/articles/152/14238/>).
5. Ingovатов V. Yu. Dialektika sotsial'nogo i ekzistentsial'nogo v bytii cheloveka // Polzunovskii vestnik. 2005. № 3. S. 199–204.
6. *Ionin L. G. Sotsiologiya Georga Zimmelya // Istoriya burzhuaznoi sotsiologii XIX nachala XX veka / Pod red. I. S. Kona. Utverzhdeno k pechati Institutom sotsiologicheskikh issledovaniy AN SSSR. M.: Nauka, 1979. S. 180–203.*
7. Kon I. S. Druzhba. SPb.: Piter, 2005. 330 s.
8. Tsyplukhin V. Rabota s informatsiei svodit menya s uma // Chastnyi korrespondent, 28 oktyabrya 2011 g., 17.51 (URL: http://www.chaskor.ru/article/rabota_s_informatsiej_svodit_menya_s_uma_25461).
9. Shalimov A. B. Sotsial'nye seti kak forma bytiya i sotsial'nyi institut // Zhurnal Sibirskogo federal'nogo universiteta. Gumanitarnye nauki. 2012. № 7 (5). S. 970–977.