

## РОЛЬ И МЕСТО ИНФОРМАЦИОННЫХ РИСКОВ В СЕТЕВЫХ СТРУКТУРАХ

### ROLE AND PLACE OF INFORMATION RISKS IN NETWORK

*I. Pashinyan*

#### Annotation

From the point of view of information risks very important that the Internet and social networks essentially changed ways of distribution of information characteristic for mass media which they concern. The future of social networks and the Internet is much more important than its present as they are capable to create virtual community of the people communicating through the Network. We are witnesses of the birth global hierarchically as the organized system – the Internet.

**Keywords:** risk, network, Internet, information, social networks, society, person.

#### Аннотация

С точки зрения информационных рисков очень важно то, что Интернет и социальные сети существенно изменили способы распространения информации характерные для СМИ, к которым они относятся. Будущее социальных сетей и Интернета гораздо важнее его настоящего, так как они способны создать виртуальное сообщество людей, общающихся через Сеть. Мы являемся свидетелями рождения глобальной иерархически самоорганизующейся системы – Интернет

#### Ключевые слова:

Риск, сеть, Интернет, информация, социальные сети, общество, человек.

Достаточно заметное место в структуре информационных рисков занимают информационные риски, возникающие в сетевых структурах, таких как, например, Интернет и социальные сети. Сами по себе возможности сетевых структур, не являются ни опасными, ни безопасными. Риски возникают, либо не возникают в связи с тем как используются возможности сетей. Сети, как и большинство сложных явлений, – это явление состоявшееся, полезное с одной стороны и вредное с другой. Цель настоящей статьи – попытка выявить, описать, и хотя бы в первом приближении классифицировать и упорядочить риски, возникающие в связи с развитием сетевых структур, таких как Интернет и социальные сети.

Актуальность проблемы определяется тем, что риски сетевых структур, как правило, не являются следствием каких либо ошибок или чьих либо злонамеренных действий. Риски сетевых структур фундаментально связаны с их природой. Например, Интернет – объект природы, который прекрасно вписывается в генетический код общества. При этом, за развитием Сети и Интернета никто не стоит и понять этот процесс ещё предстоит. Интернет никем не контролируется и никем никуда не направляется. Интернет как явление развивается самостоятельно. Само же понятие "Сеть" уже стало универсальной метафорой в конце XX–начале XXI веков: сетевая экономика, сетевая логика, нейронная сеть, сетевые структуры, сетевой интеллект, сетевой график... В то же время развитие сети и Интернета лишь повторяет развитие социума. Уже сегодня многие исследователи проблемы отмечают, что в будущем социальные сети станут фундаментом для всех отношений в обществе [8].

Возможно, что стремление попасть в Сеть заложено в человеке на генетическом уровне. Сетевые и иерархические структуры имеют фундаментальные корни в биологических сообществах. В 1922 году норвежский ученый Т. Шьелдерупп–Эббе, наблюдая за дерущимися курами, заметил, что некоторые из них могут безнаказанно клевать соседей. При этом он обнаружил упорядоченность отношений между птицами в группе. При формировании группы происходит "выяснение отношений" птиц друг с другом, в ходе которого постепенно выделяется одна, которая первой получает доступ к корму и гоняет от него всех остальных. Ниже ее на иерархической лестнице располагается птица второго ранга, которая превосходит всех, кроме главной, доминантной особи, и так далее. В самом основании находится особь, которую гоняют все члены группы. После окончательного установления иерархии агрессивные столкновения между курами практически прекращаются, и в группе поддерживается порядок соподчинения особей. Обычно при приближении высоко ранговой птицы подчиненные особи уступают ей без сопротивления. Шьелдерупп–Эббе назвал это явление "пек ордер" (peck-order), что в буквальном переводе значит "порядок клевания". Птицы как бы придерживаются его в своем поведении и клюют лишь тех, кто располагается "рангом ниже" их. [7]

Можно предположить, что сетевые социальные структуры оживляют генетическую память о первобытном обществе. Из 200–300 тыс. лет истории биологического вида Homo Sapiens 90% своего времени провел в составе первобытных групп людей, где действовали именно сетевые структуры. В первобытных группах отсутствова-

ла иерархия. В них не было деления на "начальников" и "подчиненных", а лидерство носит ситуационный, частичный и временный характер. Интернет можно рассматривать как модель, воскрешавшую эти черты первобытного общества.

Развитие Сети можно рассматривать и как реакцию современного человека на изоляцию субъекта современного социума. Сеть должна компенсировать процесс атомизации общества, помещая человека в сеть – в виртуальную сетевую группу. Социальные сети служат площадкой для неформального общения приятелей подобно LiveJournal. Социальные сети помогают создавать новую музыку как MySpace. Социальные сети расширяют игровой опыт массовых онлайн-игр в сети Xfire. Социальные сети служат серьезным инструментом для поиска соотрудников и партнеров в LinkedIn. [2]

На сегодняшний день на facebook.com зарегистрировано около полумиллиарда активных пользователей (пользователи, которые хотя бы раз в месяц посещают свои страницы). 50 % активных пользователей начинают свой рабочий день со странички в Facebook. Каждый день больше чем 35 миллионов пользователей обновляют свой статус, а в день более 60 миллионов обновлений статуса. Портрет среднестатистического пользователя можно охарактеризовать следующим образом. У пользователя добавлено в друзья 130 человек. В месяц он посылает восемь запросов о дружбе. Пользователь проводит более чем 55 минут в день на Facebook и пишет 25 комментариев. Он становится поклонником четырех страниц каждый месяц. Пользователь приглашен к 3 событиям в месяц и является участником тринадцати Интернет сообществ.

Очень важно, что Facebook поддерживает также доступ через мобильные устройства. Это еще более расширяет и демократизирует сетевую аудиторию и естественно продуцирует дополнительные риски. В качестве примера можно указать на флешмоб. Флешмоб – это заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей (мобберы) внезапно появляется в общественном месте, в течение нескольких минут они выполняют заранее оговоренные действия абсурдного содержания (сценарий) и затем одновременно быстро расходятся в разные стороны, как ни в чём не бывало. Флешмоб практически невозможен без Интернета, т.к. именно посредством Сети происходит подготовка и координация акций.

Психологический принцип флешмоба заключается в том, что мобберы создают непонятную, абсурдную ситуацию, но ведут себя в ней, как будто для них это вполне нормально и естественно: серьезные лица, никто не смеётся, все находятся в здравом рассудке, трезвые и вменяемые. Флешмоб – это представление, рассчитанное на случайных зрителей (фомичей), у которых возникают неоднозначные чувства: полное непонимание, интерес и

даже ощущение собственного помешательства. Идеология классического флешмоба придерживается принципа "флешмоб вне религии, вне политики, вне экономики", то есть флешмоб не может быть использован в корыстных целях. Однако можно указать на достаточное количество использования флешмоба в политических целях, например, в ходе декабрьских беспорядков 2010 года в Москве.

Явление флешмобов началось после того, как в октябре 2002 вышла книга социолога Говарда Рейнгольда "Умные толпы: следующая социальная революция", в которой автор предсказывал, что люди будут использовать новые коммуникационные технологии (Интернет, сотовые телефоны) для самоорганизации. Понятие "умных толп" (смартмоб) стало основополагающим в дальнейшем развитии флешмобов и других подобных акций, все из которых по сути своей являются разновидностями смартмоба. В июне 2003 Роб Зазуэта из Сан-Франциско, ознакомившись с трудами Рейнгольда, создал первый сайт для организации подобных акций flocksmart.com.

Более чем 100 миллионов активных пользователей, в настоящее время получающих доступ к Facebook через их мобильные телефоны. Люди, которые используют Facebook посредством мобильных устройств, вдвое более активны на сайте, чем другие пользователи. Более чем 200 операторов мобильной связи в 60 странах работают с "мобильными продуктами" Facebook. [6]

Можно указать на еще целый ряд причин, по которым современный человек стремится в сеть. Это, прежде всего, феномен Дилигенского Г.Г. – "дефицит от избытка". В частности у современного человека возникает информационный дефицит: при наличии океана информации человек оказывается беспомощен в ее выборе. Следует также отметить и все большее доминирование визуальной коммуникации. Именно в Интернете возникают сверхсовременные языки, реагирующие на этот феномен, такие как, например, язык смайликов.

Бурное развитие сетей можно рассматривать и как реакцию современного общества на размывание границы публично-интимного. При этом имеется в виду не столько размывание формальных границ, сколько размывание неформальных границ. Еще одной, важнейшей причиной, по которой современный человек стремится в сеть, является изменение системы ценностей. В этом ряду можно указать на динамику категорий гендерной идентичности и, особенно на смешение культурных сценариев связанных с процессами глобализации.

В России основные информационные риски, продуцируемые процессом развития Интернета и новых коммуникационных технологий, связаны с необходимостью трансформации авторского. Нарушение интересов обладателей авторских прав, которые, как правило, не являются непосредственными авторами произведений ин-

теллектуальной собственности, с помощью Интернета широко распространено в России. Впрочем, несоблюдению авторского права может способствовать обеспечению доступа широких слоев населения к информации, распространение которой по той или иной причине ограничено правообладателями.

Основная причина широкого распространения такого нарушения носит экономический характер. Во-первых, цены на произведения интеллектуальной собственности, распространяемые правообладателями-монополистами, могут быть неоправданно завышенными по сравнению с материальными возможностями или ожиданиями потребителей произведений. Во-вторых, официальные цены на произведения интеллектуальной собственности, возможно, являются нормальными (средними, общепринятыми) в стране, где разработан продукт, но могут быть чрезмерными для некоторых других стран (по соотношению цена продукта / (средняя зарплата – обязательный налог)).

Можно указать и на еще целый ряд менее значимых феноменов, таких как перформансность, "Пуерилизм" по Хейзингу и феномен "гламурности".

Появление сетевого подхода нельзя отождествлять полностью и только с появлением Интернета. Идея сетевого подхода обозначена еще Э. Дюркгеймом как идея о "социальной морфологии". А сам термин "социальная сеть" был введен в научный обиход в XX веке. Джеймсом Барнсом. Он определил социальную сеть как "социальную структуру, состоящую из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди или организации), и связей между ними (социальных взаимоотношений)". [1]

Дальнейшее развитие современной теории социальных сетей в социологии связывают с именами Рэя Соломоноффа и Анатолия Рапопорта. А в 1959 – 1968 гг. венгерские математики Пол Эрдос и Альфред Реньи написали восемь статей, описывающих принципы формирования социальных сетей. Дункан Уоттс и Стивен Строгач развили теорию социальных сетей и ввели понятие коэффициента кластеризации – степени близости между неоднородными группами. Один из самых известных примеров анализа социальных сетей был проведен в 1970-е годы американским социологом Марком Грановеттером. Он показал, что для многих социальных задач, таких как поиск работы, например, слабые связи, оказываются намного эффективнее, чем сильные. Этот эффект он назвал "силой слабых связей". [3]

Можно выделить выделяет семь причин, по которым человек обращается к сети и соответственно классифицировать различные социальные сервисы.

1. Презентационные и коммуникационные. Они реализуют потребность человека в общении. В первую очередь – это классические блогхостинги и их различные ва-

риации (livejournal, twitter, tumblr), во вторую – целые личные "мини-сайты" (myspace, рамблер.планета). К этому же типу сервисов относятся сервисы знакомств (tamba). Информационные риски таких социальных сервисов индивидуальны и невелики (мошейничество и т.д.).

2. Социальные сети. Так можно обозначить проекты, основанные принципе "Каждый человек знаком с любимым другим через 6 рукопожатий". Основная функция таких сервисов – поиск людей и поддержание связи другом с другом. Ярчайшими примерами таких сетей являются facebook, linkedin и classmates. Реализуемая потребность: поддерживать связь с людьми. Информационные риски этих социальных сервисов такие же, как и первых.

3. Социальные контейнеры. Суть таких сервисов сводится именно к хранению различного вида данных и их презентации друг другу и Интернет-сообществу вообще. Это может быть видео (youtube, rutube), фотографии (flickr, photosight, яндекс.фотки), закладки (del.icio.us, memori), музыка (imeem) и любой другой тип контента. Реализуемая потребность: делиться с людьми фотографиями, находками, видео, музыкой, рисунками. Информационные риски этих социальных сервисов возникают в ситуациях, когда информация либо конфиденциальна, либо связана с нарушением авторских прав.

4. Социальные медиа. Это средства массовой информации, построенные на возможности для любого стать журналистом или источником новостей. Двумя наиболее классическими примерами таких social media являются digg и newsvine (ну и habrahabr на отечественных интернет-просторах). Реализуемая потребность: делиться с людьми новостями и их осмыслением. Информационные риски этих социальных сервисов определяются неозможностью цензуры и контроля вообще.

5. Рекомендательные сервисы. Коллаборативная фильтрация в действии. Рекомендации, выдаваемые на основе поиска людей со схожими вкусами (netflix, trustdopinon, imhonet). Реализуемая потребность: советовать, рекомендовать стоящие вещи и получать рекомендации. Информационные риски этих социальных сервисов те же, что и в случае социальных медиа.

6. Социальные базы данных. Это наполняемые "всем миром" различные хранилища информации. Wikipedia – хрестоматийный пример народной энциклопедии. Wikitype проекты можно делать в различных сферах и с разного типа контентом, например тот же анекдот.ру мог бы быть подобным образом организован. Реализуемая потребность: совместно накапливать и создавать знания.

Информационные риски этих социальных сервисов усиливаются иллюзией объективности, как в случае с Wikipedia. Заметим, что название WikiLeaks намеренно подчеркивает связь этого сайта с Wikipedia.

7. Социальные навигаторы. Это проекты, дающие возможность ориентирования в сфере за счет взаимодействия с другими людьми. Это наиболее сложные для проектирования сервисы, поскольку, во-первых, требуют очень четкого и качественно переноса на веб информационной структуры сферы и потоков коммуникации в ней, а во-вторых – наиболее эффективны в ситуации совмещения всех вышеперечисленных типов сервисов. Наиболее симпатичными мне примерами являются киношный *spout*, книжный *shelfari* и музыкальный *last.fm*. Реализуемая потребность: помогать друг другу ориентироваться в мире идей, контента и вещей. [5] Информационные риски этих социальных сервисов схожи с рекомендательными сервисами.

Можно разделить социальные сети также по "рациональному" и "эмоциональному" факторам. Эмоциональные социальные сети удовлетворяют доминирующие потребности человека в самовыражении и коммуникации (*Facebook*, *MySpace*, *Classmates* и др.). Рациональные же сети основаны потребности человека в профессиональном признании, в расширении профессиональных знакомств и т.п. (*LinkedIn*).

Очень важно, что социальные сети оказались особенно популярны в среде подростков. Издание *USA Today* попыталось выяснить причины крайней увлеченности современных подростков участием в социальных сетях. "Представители нового поколения, которые выросли в онлайне, просто не помнят времени, когда Интернета не существовало. Для них это нормальное поведение – "тусоваться" именно в Сети, а не в кино, дискотеке или молле, как это делали их папы и мамы. Что они делают в своем виртуальном доме? Они меняют оформление страницы, часто добавляют новые фотографии (иногда – довольно эротичные). Самые продвинутые пользователи *MySpace* даже знают основы HTML. Владельцы страничек *MySpace* играют собственную музыку и публикуют музыкальные видеозаписи. Пространство *MySpace* уже превратилось в место общения музыкантов со своими поклонниками. Здесь проводятся первые концерты и рождаются новые звезды. Недавно *MySpace* даже заре-

гистрировал собственный звукозаписывающий лейбл. Но самое главное – *MySpace* превратился в место, где каждый может найти себе новых друзей (этот процесс называется "френдинг"). [4] И все же психологический аспект участия пользователей в социальных сетях, остается довольно непонятным и требует серьезных исследований психологов.

Возможно, что будущее социальных сетей и Интернета гораздо важнее его настоящего, так как они способны создать виртуальное сообщество людей, общающихся через Сеть. Мы являемся свидетелями рождения глобальной иерархически самоорганизующейся системы – Интернет. Удивляет, то, что подобные иерархические системы могут возникать и без участия живого, вполне самопроизвольно.

Есть ещё одна причина стремительного развития Сети – нейробиологическая. Жизнедеятельность требует притока не только вещества и энергии, но и информации. Это подтверждают эксперименты, с "информационным голодом". Академик П. Симонов показал, что эмоции возникают, когда существует недостаток информации о путях удовлетворения потребностей (потребностно-информационная теория высшей нервной деятельности). Так что человек Интернета – это человек эмоциональный. Сеть совмещает в себе сразу две функции: мощный генератор потребностей и не менее мощный информационный автоматический удовлетворитель этих потребностей.

С точки зрения информационных рисков очень важно то, что Интернет и социальные сети существенно изменили способы распространения информации характерные для СМИ, к которым они относятся. Процесс распространения информации обрел в Интернете некоторые черты устного общения. Конечно не все, так как публикации в сети имеют достаточно долгую жизнь, включая архивы. Но необходимо помнить "*vox emissa volat, litera scripta manet*" – сказанное улетучивается, написанное остается, даже когда написанное уже давно не соответствует действительности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Барнс Д. Классы и собрания в норвежском островном приходе. сб. "Человеческие отношения"
2. Горник Д. Социальные сети 3.0
3. Грановеттер М. Сила слабых связей. *American Journal of Sociology*
4. Janet Kornblum, *USA TODAY* 01.08.2006
5. <http://yagr.livejournal.com>, личный блог Я. Грешилова
6. <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>
7. <http://www.russisk.org/modules.php?name=Forums&file=viewtopic&p=147955>
8. <http://www.forrester.com>