

Когнитивные науки в информационном обществе / Cognitive Sciences in the Information Society <https://knio.ru/>

2023, Том 3, № 4 / 2023, Vol. 3, Iss. 4 <https://knio.ru/issue-4-2023.html>

URL статьи: <https://knio.ru/PDF/05KN423.pdf>

5.5.2. Политические институты, процессы, технологии

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Донцов, Д. О. Аккаунты в социальных сетях: сущность, предназначение, проблемы и перспективы /

Д. О. Донцов // Когнитивные науки в информационном обществе. — 2023. — Т. 3. — № 4. — URL:

<https://knio.ru/PDF/05KN423.pdf>

**For citation:**

Dontsov D.O. Social media accounts: essence, purpose, problems and prospects. *Cognitive Sciences in the Information Society*. 2023; 3(4): 05KN423. Available at: <https://knio.ru/PDF/05KN423.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

**Донцов Дмитрий Олегович**

ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет», Москва, Россия  
Аспирант кафедры «Политологии и прикладной политической работы»

## **Аккаунты в социальных сетях: сущность, предназначение, проблемы и перспективы**

**Аннотация.** Актуальность рассмотрения темы. «Аккаунты в социальных сетях: сущность, предназначение, проблемы и перспективы» заключается в быстром росте широты социального охвата, социальной популярности и востребованности данной формы социальной коммуникации.

Научная проблема состоит в том, что декларации об узком коммуникационном и информационном целевом предназначении, об ограниченности сущности сетевых аккаунтов исключительно функцией служения эффективным средством социальной коммуникации и информационного обмена — соответствовали действительности лишь на первоначальном этапе, да и то только на самом поверхностном уровне непредвзятых обывательских представлений. Уже с момента появления данного феномена в него творцами социальных сетей закладывался гораздо более глубокий социальный смысл, с ним связывались далеко идущие бизнес-планы, а по мере своего развития социальные сети вообще превратились в мощный механизм финансово-экономической рекламы и политического лоббирования, породив или усилив при этом серьезнейшие социальные недуги, связанные, например, с Интернет-зависимостью.

Цель исследования состоит в том, чтобы выявить, обоснованно и рельефно представить скрытый за информационной и коммуникационной вывеской глубинный социальный смысл и социальные последствия появления, функционирования, развития социальных сетей и их аккаунтов, не сбиваясь при этом на одностороннюю, негативную или позитивную точку зрения.

Организация и методы исследования: исследование организовано на основе научно-эмпирического метода анализа документов с элементами интерпретации и теоретического анализа. В качестве исследуемых документов выступает целенаправленная выборка официальных тематических публикаций по проблемам и перспективам развития социальных сетей и возможностям, которые предоставляют пользователям их аккаунты.

**Ключевые слова:** аккаунт; социальные сети; терминология; научные публикации; проблемы и перспективы развития; социальное отчуждение; Интернет-реальность

## Введение

Учитывая относительно недавнее появление социальных сетей в жизни современного общества, начнем анализ заявленной темы с краткого словаря самых общих и расхожих терминов, проясняющих сущность, предназначение, проблемы и перспективы развития аккаунтов в социальных сетях как социально-информационного феномена. Такой словарь в самом первом приближении включает следующие термины:

- *Социальные сети* — онлайн-платформы, подключение к которым помогает устанавливать связи и отношения с другими людьми, работать и развлекаться посредством использования компьютерной системы Интернет.
- *Аккаунт (как информационный механизм)* — учетная запись пользователя (лицензиата), создаваемая в момент регистрации в социальной сети, позволяющая лицензиару учитывать каждого лицензиата и предоставляющая права пользования сетью посредством логина и пароля. *Аккаунт (по своей сути)* — механизм контроля за доступом и использованием интеллектуальной собственности социальной сети.
- *Лицензиар* — юридическое или физическое лицо — собственник сайта, сторона лицензионного соглашения, представляющая другой стороне — *лицензиату* — право на использование объекта лицензии. Пользователь не имеет фактического обладания сервером, а имеет только виртуальный доступ к нему через «облако» или «серверные установки».
- *В финансово-юридическом контексте аккаунт* — свидетельство внутренних отношений между пользователем (арендатором или безвозмездным пользователем) и владельцем сайта по предоставлению места на сервере с определенным объемом памяти. *Аккаунт (как платформа)* не может принадлежать пользователю на абсолютном праве. Собственник может удалить аккаунт, контент или прекратить доступ к нему при нарушениях политики компании, например, при размещении чужих результатов интеллектуальной деятельности.
- *Аккаунт, с точки зрения его политико-прикладных текущих и перспективных функций и возможностей*, — один из инструментов формирования положительного имиджа политического руководителя посредством использования сетевых информационных технологий, представляющий собой хранимую в компьютерной системе учетную запись (персональную страницу или личный кабинет, регистрируемый на сайте и создаваемый для общения в социальных сетях), позволяющую управлять информацией о своих персональных данных, сведениями о своем поведении и деятельности с контролем и ограничением доступа для посторонних лиц.

Наиболее полную информацию о структуре и назначении аккаунтов в социальных сетях можно получить при анализе статей в Instagram (блокирован на территории Российской Федерации в марте 2022 года). Instagram имеет три типа аккаунтов: «Личный», «Бизнес-аккаунт», «Автора». Каждый управляющий аккаунт имеет право на связь максимум с 85 000 аккаунтов, не являющихся управляющими (включая активные, неактивные, закрытые). Аккаунты Instagram развивают следующие разделы и темы:

- *маркетинг*: как набирать подписчиков? Продвижение товара (продукта);
- *соцсети*: на какие соцсети стоит обратить внимание; запреты на продвижение альтернативных платформ; единая страница для восстановления (разблокировки) аккаунтов; групповые профили и функции; новости; сбой;

- *медиа*: таргетированная реклама для онлайн школ, экспертов, блогеров;
- *brand*: что мотивирует пользователя на покупку?;
- *сервисы*: график самых популярных сайтов в мире; цифры потерь подписчиков;
- *дизайн*: разработка собственного шрифта; новая иконка;
- *техника*: главные новости недели;
- *право*: решение суда;
- *торговля, финансы, образование*.

По количеству заметок-статей и объему информации разделы распределены от большего — к меньшему следующим образом: соцсети — маркетинг — сервисы — техника — дизайн — торговля — прочее. Такое распределение доказывает, во-первых, большое внимание рекламе и финансово-экономическим аспектам, во-вторых, мониторингу и контролю над развитием соцсетей.

Проведенный анализ на первый взгляд вроде бы показывает, что политические аспекты и социальные проблемы собственников Instagram и других мировых соцсетей не интересуют. Дальнейший анализ ряда научных статей о соцсетях призван установить, так ли это на самом деле.

Итак, **актуальность рассмотрения темы** «Аккаунты в социальных сетях: сущность, предназначение, проблемы и перспективы» заключается в быстром росте широты социального охвата, социальной популярности и востребованности данной формы социальной коммуникации.

**Научная проблема** состоит в том, что декларации об узком коммуникационном и информационном целевом предназначении, об ограниченности сущности сетевых аккаунтов исключительно функцией служения эффективным средством социальной коммуникации и информационного обмена — соответствовали действительности лишь на первоначальном этапе, да и то только на самом поверхностном уровне непредвзятых обывательских представлений. Уже с момента появления данного феномена в него творцами социальных сетей закладывался гораздо более глубокий социальный смысл, с ним связывались далеко идущие бизнес-планы, а по мере своего развития социальные сети вообще превратились в мощный механизм финансово-экономической рекламы и политического лоббирования, породив или усилив при этом серьезнейшие социальные недуги, связанные, например, с Интернет-зависимостью.

**Цель исследования** состоит в том, чтобы выявить, обоснованно и рельефно представить скрытый за информационной и коммуникационной вывеской глубинный социальный смысл и социальные последствия появления, функционирования, развития социальных сетей и их аккаунтов, не сбиваясь при этом на одностороннюю, негативную или позитивную точку зрения.

**Организация и методы исследования.** Исследование организовано на основе научно-эмпирического метода анализа документов с элементами интерпретации и теоретического анализа. В качестве исследуемых документов выступает целенаправленная выборка официальных тематических публикаций по проблемам и перспективам развития социальных сетей и возможностям, которые предоставляют пользователям их аккаунты.

### Рассмотрение хода и обсуждение результатов исследования

В пуле целенаправленно выбранных материалов в свете темы нашего исследования информативностью отличаются следующие публикации:

- «Тенденции развития рекламной деятельности в социальных сетях» [1].

- «Социальные сети» [2].
- «Социальные сети и молодежь» [3].
- «Особенности интернет-коммуникаций» [4].
- «Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства» [5].
- «Роль социальных сетей в жизни молодежи» [6; 7].
- «Социальные сети — новый формат коммуникации» [8].
- «Социальная сеть как средство удовлетворения потребностей человека в условиях расширенной объективно-виртуальной реальности» [9].
- «Анализ влияния социальных сетей на жизнь современного общества» [10].
- «Социальные сети в профессиональной деятельности государственных служащих: российская практика и зарубежный опыт» [6; 7].

Кратко рассмотрим логику анализа в некоторых из указанных выше публикаций.

### Рассмотрение и обсуждение полученных в процессе исследования результатов

1. Обратимся к содержательному контенту статьи В.Н. Баранова «Социальные сети» [2]. Автор материала связывает появление соцсетей Интернета с созданием технологии Web 2.0 и в качестве наиболее популярных мировых социальных сетей указывает Facebook (880 млн пользователей к апрелю 2011 года), My space, Twitter. Наиболее популярными соцсетями в России он называет «В контакте» и «Одноклассники» (на тот же момент времени — по 38 млн пользователей в каждой сети). Причинами растущей популярности соцсетей В.Н. Баранов считает, во-первых, возможность наполнения их информационным контентом, фото и видео материалами за счет активности самих пользователей, во-вторых — наличие и появление все новых сервисов, поощряющих эту активность, чего нет в обычных интернет-сайтах.

Автор статьи указывает на то, что помимо плюсов неудержимый рост числа пользователей в соцсетях влечет за собой и серьезные минусы, например, растущую интернет-зависимость, крайне опасную не только для жизни и здоровья самих пользователей, теряющих и рвущих свои реальные социальные связи и отношения, но и для работодателей, практически лишаящихся огромной армии рабочих и служащих, «зависающих» в Интернете в рабочее время. Называются и предположительные причины «зависания» на сайтах:

- «Постоянное желание быть на связи, необходимость регулярно проверять почту.
- Желание выделиться среди сверстников.
- Игровая зависимость — в виде социальных игр, также в качестве основного стимула является желание повышения собственного социального статуса и самооценки.
- Желание служащего разнообразить свое время в течение дня на работе» [2, с. 232].

Показывая функциональную палитру соцсетей, В.Н. Баранов отмечает: «В последнее время на социальные сети и микроблоги все чаще стали обращать внимание и использовать их в своих целях не только фирмы, но и многие правительства государств и различные

государственные организации и службы» [2]. В результате чего в перечень основных функций соцсетей стали входить:

- информационная функция;
- политическая функция;
- экономическая функция;
- развлекательная функция.

Информационная и коммуникационная функции автором статьи прямо не называются, но следуют из излагаемого им контента.

2. Перейдем к содержанию статьи «Социальные сети и молодежь» [3]. Авторы статьи с первого абзаца постулируют Интернет, как не только как информационную, но и как особую виртуальное пространство. Они пишут: «В современном мире «Интернет», как всеобъемлющая информационная система, образующая виртуальное пространство, рождает особую реальность, Интернет культуру со своими понятиями, ценностями, образом мысли и языком. Важнейшим элементом этой культуры является общение в социальных сетях» [3, с. 5]. «Общение в социальных сетях» — продолжают они — «стало оказывать влияние не только на времяпрепровождение молодежи, но и на их процесс социализации, и их психику. Сайты социальных сетей заменили практически привычные нам институты социализации — семью, школу и даже друзей» [3, с. 6]. Из-за этого помимо интернет-зависимости у них развивается еще и фобия реального общения (мы бы даже сказали — фобия реальной жизни — Донцов).

Авторы статьи подчеркивают всеобъемлющий характер изменений мышления, психики, всего образа жизни молодежи, убегающей в киберпространство «от социальных проблем», «от тяжелой действительности» и все с большими затруднениями и нежеланием возвращающейся в реальность. «Абсолютно все возрастные категории, убивающие время в киберпространстве, поддаются влиянию интернет-культуры. У них упрощается язык, уменьшается словарный запас, лексический запас пополняется словами-паразитами, допускаются грамматические ошибки, к которым привыкают и не могут отказаться от них в живой речи» [3].

Однако в качестве наибольшей опасности от указанного влияния авторы статьи называют «информационную бесконтрольность» социальных сетей, причем и по объему, и по качеству информации. «Воздействуя на подсознательном уровне, социальная сеть развращает и зомбирует, Насилие, жестокость, отрицание моральных норм и устоев, это лишь малая часть того, что они содержат» [3].

В противовес указанным и другим минусам, А.С. Викторова и И.А. Свертков видят в социальных сетях и различные безусловные плюсы, например, коммуникация без расстояний и границ, возможность обнаружения нужной информации без надоедливой рекламы, возможности самореализации и повышения личностной оценки, чтение и комментирование постов известных личностей, расширение круга интересов, помощь в трудоустройстве, возможности для открытия своего частного бизнеса, реклама и покупка товаров и услуг через Интернет.

К неоднозначным аспектам влияния соцсетей, некоторые из которых авторы статьи относят к группе факторов положительного влияния, мы бы отнесли доступ к освещению вопросов, которые «не затрагивают и замалчивают традиционные СМИ»; возможность коммуникации без границ при неподготовленном и некритическом восприятии проблемы; свободный и бесцензурный поиск информации.



При этом мы полностью согласны с выводами А.С. Викторовой и И.А. Сверткова по поводу того, что соцсети уже стали важным и неотъемлемым фактором современности, из-за чего игнорировать влияние соцсетей на современную молодежь стало невозможно.

3. Определенный интерес для нас представляет материал «Роль социальных сетей в жизни молодежи» [6], где приводится статистическая информация, по которой более 50 процентов всех жителей России зарегистрированы хотя бы в какой-то одной социальной сети, и более 95 процентов молодежи общаются между собой в сети Интернет. На этом основании делается вывод о том, что «Современная молодежь не представляет свое времяпрепровождение без виртуального общения» [6, с. 375]. Автор материала приводит статистические данные, излагаемые в статье К. Янга «Диагноз — интернет-зависимость», в которой говорится о том, что 54 процента зависимых от Интернета даже не собираются решать эту проблему, а 46 процентов остальных просто не могут избавиться от интернет-зависимости, чтобы они для этого не предпринимали. «Виртуальный образ» — пишет Л.А. Рослякова — «не имеет ничего общего с самим человеком, который ищет в социальных сетях то, что ему не хватает в реальной жизни, поэтому эта «идеальная жизнь» становится для него более ценной, чем настоящая» [6].

Социальные сети, как отмечает автор материала, — уже создавали серьезные угрозы для достоинства, здоровья и жизни массовых представителей подростковой части подписчиков, например, вовлекая их в интернет-сообщества «А.У.Е.» («Арестантское уркаганское единство») или «Синий кит», с которыми с осени 2015 года правоохранительным органам крайне трудно бороться, даже блокируя и устраняя целые социальные группы.

Тем не менее, Л.А. Рослякова также осторожна в выводах, полагая, что кроме негативного влияния соцсетей, например, на учебу и успеваемость, они несут и положительный эффект (правда, не уточняется, какой именно — Донцов), и, по ее мнению, все дело в том, чтобы «знать и не переходить границу» (еще бы понимать, где эта граница проходит — Донцов).

4. «Социальные сети — новый способ коммуникации» [8] — еще один материал, вызвавший наш интерес и посвященный конкретному исследованию, анализу и оценке резонанса, заставляющих молодежь реальному миру предпочесть жизнь в соцсетях.

Результатом проведенного исследования стало подтверждение следующих гипотез:

1. «Социальные сети приводят к снижению навыков общения пользователя в реальном мире, ухудшению понимания невербальных символов и эмоций».
2. «Люди используют социальные сети не только для общения, но и как фон» (просматривая фото-видеоматериалы, слушая музыку — Донцов).
3. «Социальные сети заполняют «внутреннюю пустоту» человека» и выступают формой борьбы с одиночеством».
4. «Социальные сети вызывают зависимость».
5. «Социальные сети приводят к дезадаптации и абстрагированию от реального мира».
6. «Знакомство в социальных сетях не приводит к реальному общению».
7. «Социальные сети люди используют, прежде всего, для общения с друзьями, с которыми они общаются и в реальности, а не для создания новых знакомств».
8. «У пользователей социальных сетей в приоритете стоит реальное общение», (киберобщение выступает дополнительным средством для поддержания общения — Донцов).

9. «Соцсети превращаются в глобальную проблему» [8, с. 126–127].

Те же положения нашли свое отражение и в заключении статьи, однако главной мыслью в интересующем нас контексте стал вывод о том, что «В современном обществе появилась замена реальному общению — это общение в социальных сетях или киберобщение. Киберобщение стало неотъемлемым элементом социальной активности современного человека» [8, с. 127].

5. Статья С.Н. Макеева «Социальная сеть как средство удовлетворения потребностей человека в условиях расширенной объективно-виртуальной реальности» — выступает попыткой отечественного автора сопоставить и оценить возможности современных социальных интернет-сетей с ключевыми потребностями человека в контексте концепции «Пирамида Маслоу» [9].

Начиная с рассмотрения истории возникновения самого термина «социальная сеть», автор со ссылкой на материал диссертации А.М. Лещенко 2011 года, представленной на соискание научной степени кандидата философских наук, усматривает корни данного термина в классической социальной философии эпохи Модерна на рубеже XIX–XX веков, когда в философии искусства ставилась и достигалась цель создания нового художественного языка и, соответственно, нового художественного стиля. Тогда под термином «социальная сеть» понимали некую «основу общественной жизни, позволяющую участникам диалога эффективно взаимодействовать друг с другом в достижении общих целей». В традиционном понимании, по мнению С.Н. Макеева, социальная сеть ассоциировалась с «особой формой организации общества или определенным кругом людей, объединенных общими интересами и взаимным общением». В современной ситуации «перемещения социальных коммуникаций в пространство расширенной объективно-виртуальной реальности», термин «социальная сеть» видоизменился и «стал непосредственно связываться с интернет-технологиями, применяемыми участниками общения для удовлетворения в первую очередь своих коммуникативных потребностей». Социальная сеть превратилась в интернет-платформу, онлайн-сервис, веб-сайт для обеспечения «объективно-виртуальных взаимоотношений» в пространстве Интернета [9, с. 66].

С.Н. Макеев уверен, что в новом облике социальные сети сохранили те же признаки иерархической организации, формирования на основе личных интересов, а также тот же самый «системообразующий элемент», а именно «потребность людей в общении», однако перешли на новый «уровень обеспечения условий существования индивида в цивилизованном обществе», превратились из простой формы коммуникации в новый «отдельный социальный институт», в «новую реальность бытия современного социума» [9, с. 66–67].

На этом цивилизованном уровне, по мнению автора материала, *ключевые потребности человека (физиологические, в безопасности, в принадлежности и причастности, в признании и самоутверждении, наконец, в самовыражении) удовлетворяются «в условиях расширенной объективно-виртуальной реальности», на уровне онлайн-сервисов* [9, с. 67–69].

На фоне сказанного проблемные моменты, типа привыкания, интернет-зависимости и «иллюзии тотальной необходимости непрерывного коммуникативного взаимодействия только посредством интернет-сервисов» автору статьи, похоже, представляются не слишком существенными [9, с. 69].

Заключение статьи С.Н. Макеева, на наш взгляд, несколько скомкано, необоснованно и находится в противоречии с основной частью материала, поскольку пытается решить задачу сглаживания произведенного эффекта от довольно детальной апологии соцсетей. Здесь говорится о необходимости воспринимать соцсети не как новый социальный абсолют, а как

разумное дополнение к традиционным социальным институтам, рожденным в процессе антропогенеза (правильней будет сказать — антропосоциогенеза — Донцов) [9, с. 70].

Таким образом, мы рассмотрели материалы, посвященные как проблемным, так и перспективным аспектам развития социальных сетей, что открывает широкое поле для их сравнительного анализа.

### Выводы

1. Какими бы ни были оценки социальной роли и значения социальных сетей необходимо признать, что они прочно заняли позицию важного и уже неотъемлемого элемента и продукта социальной реальности, точнее, иллюзорно-воображаемой Интернет-реальности, которая для сотен миллионов людей превратилась в замену реальной действительности и с которой приходится серьезно считаться.
2. Аккаунт социальных сетей представляет собой еще не до конца изученный, но без сомнения слишком сложный механизм, чтобы по отношению к нему могла пройти любая односторонняя оценка, хотя уже теперь ясно, что определенные, связанные с ним информационные и коммуникационные ожидания как минимум не вполне оправданы.
3. Почти поголовное вовлечение в соцсети населения целого ряда стран сопровождается значительным ростом социальных проблем и недугов, связанных с различными формами социального отчуждения, последствия которых сегодня еще невозможно правильно оценить, но уже и невозможно купировать.
4. При этом аккаунты соцсетей открывают все новые и новые возможности социального управления и манипулирования, на которые, по-видимому, будут делаться акценты в перспективе дальнейшего развития рассматриваемого феномена. Вопрос в том, насколько данные акценты будут реально оправданы.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Ершов В.Е. Тенденции развития рекламной деятельности в социальных сетях» / В.Е. Ершов // Наукоедение, 2015. — Т. 7. — № 5.
2. Баранов В.Н. Социальные сети / В.Н. Баранов // Транспортное дело России. — 2010. — С. 232.
3. Викторова А.С. Социальные сети и молодежь / А.С. Викторова, И.А. Свертков // Территория науки. — 2013. — № 3. — С. 5–8.
4. Куликова А.В. Особенности интернет-коммуникаций / А.В. Куликова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки, 2012. — № 4(28). — С. 19–24.
5. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Т. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / Под ред. гл.-корр. РАН Д.А. Новикова. М.: Изд-во физико-математической литературы, 2010. — 228 с.
6. Рослякова Л.А. Роль социальных сетей в жизни молодежи / Л.А. Рослякова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 3(241). — С. 375–376.



7. Рослякова М.В. Социальные сети в профессиональной деятельности государственных служащих: российская практика и зарубежный опыт / М.В. Рослякова // Социодинамика. — 2019. — № 9. — С. 82–99.
8. Омелянчук С.Ю. Социальные сети — новый способ коммуникации / С.Ю. Омелянчук, Д.П. Бабичева, М.С. Шевченко, Д.П. Фидирко // Международный журнал экспериментального образования. — 2014. — № 6 (часть 1) — С. 126–127.
9. Макеев С.Н. Социальная сеть как средство удовлетворения потребностей человека в условиях расширенной объективно-виртуальной реальности / С.Н. Макеев // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. — 2016. — № 2. — С. 65–73.
10. Абдуллаева Р.А. Анализ влияния социальных сетей на жизнь современного общества / Р.А. Абдуллаева // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2015. — № 9 (часть 3). — С. 542–546.

**Dontsov Dmitriy Olegovich**  
Russian State Social University, Moscow, Russia

## **Social media accounts: essence, purpose, problems and prospects**

**Abstract.** Relevance of the topic. «Accounts in social networks: essence, purpose, problems and prospects» lies in the rapid growth in the breadth of social coverage, social popularity and demand for this form of social communication.

The scientific problem is that declarations about a narrow communication and information purpose, about the limitation of the essence of network accounts solely to the function of serving as an effective means of social communication and information exchange, corresponded to reality only at the initial stage, and even then only at the most superficial level of unbiased philistine ideas. Already from the moment this phenomenon appeared, the creators of social networks laid into it a much deeper social meaning, far-reaching business plans were associated with it, and as they developed, social networks generally turned into a powerful mechanism for financial and economic advertising and political lobbying, giving rise to or strengthening at the same time, serious social ills associated, for example, with Internet addiction.

The purpose of the study is to identify, reasonably and clearly present the deep social meaning hidden behind the information and communication sign and the social consequences of the emergence, functioning, development of social networks and their accounts, without straying into a one-sided, negative or positive point of view.

Organization and methods of research: the study is organized on the basis scientific-empirical method of document analysis with elements of interpretation and theoretical analysis. The documents under study are a targeted selection of official thematic publications on the problems and prospects for the development of social networks and the opportunities that their accounts provide to users.

**Keywords:** account; social media; terminology; scientific publications; problems and prospects for development; social exclusion; Internet reality