
УДК 316.772.5
ББК 60.524.224.56
С 32

В.А. Сергодеев,
аспирант кафедры общей политологии и социологии ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь, тел.8(865-2) 77-70-94

**Сетевые интернет-сообщества:
сущность и социокультурные характеристики
(Рецензирована)**

Аннотация. В статье анализируются концептуальные подходы к исследованию виртуальных сообществ. Дается определение интернет-сообщества как особого вида социального объединения пользователей коммуникационных сетей, интеграция которых возникает на основе общего дискурса в виртуальном пространстве при длительной и эмоциональной вовлеченности в процесс коммуникации. Характеризуются социокультурные особенности сетевых интернет-сообществ.

Ключевые слова: интернет-сообщество, социальная сеть, комьюнити, интернет-коммуникация, онлайн-сообщество, виртуальное коммуникативное пространство, коммуникативная культура.

V.A. Sergodeev,
Post-graduate student of General Political Science and Sociology Department, North Caucasus Federal University, Stavropol, ph. 8 (865-2) 77-70-94

**Network Internet communities:
essence and sociocultural characteristics**

Abstract. An analysis is made of conceptual approaches to virtual community research. Internet community is defined as a special type of social association of users of the communication networks integration of which evolves from the general discourse in virtual space at a long and emotional involvement into communication process. Sociocultural features of network Internet communities are characterized.

Keywords: Internet community, social network, community, Internet communication, online community, virtual communicative space, communicative culture.

В социологических исследованиях последних лет резко возрастает внимание к такому социальному феномену, как сетевая коммуникация, которая становится объектом изучения на разных уровнях и в различных концептуальных планах: социологическом, кибернетическом, политологическом, социобиологическом, философском, психологическом, лингвистическом, культурологическом и т.д. Такой исследовательский интерес является вполне закономерным и объяснимым. Происходящая в современном мире глобальная трансформация современного общества сопровождается про-

никновением интернет-коммуникации во все сферы жизнедеятельности социума, возникновением и развитием качественно нового типа коммуникативных структур и процессов, обладающих признаками сети. При наличии достаточно небольших ресурсов любой пользователь может включаться в жизнь почти безграничного количества виртуальных сообществ. Растет и доля людей, включенных в активные формы социального поведения в сети. Вполне очевидно, что данные явления стимулируют переосмысление коммуникативной природы социальной реальности, современных изменений в социально-

коммуникативной сфере, места и роли коммуникаций в развитии общества.

Несмотря на сравнительно недавнюю актуализацию, тематика сетевых коммуникаций характеризуется солидной методологической рефлексией. В частности, понятие сообщества (community) являлось одним из ключевых в социальной теории XX века и претерпело существенную модификацию: от описания семейно-родственных отношений до фиксации особенностей виртуальной коммуникации. Если говорить о классической социальной теории, то термин сообщество использовали, в основном, либо для обозначения ритуальных ситуаций и особых форм социальных взаимодействий, либо (на микроуровне) как первичные группы. Также в классическом периоде было проведено различие между понятиями «общество» и «сообщество», маркирующими специфику коммуникаций между членами данных общностей. Общество, как правило, характеризовалось индивидуализмом, формальностью, контрактностью взаимодействий. Сообщество, напротив, наделялось чувством сопричастности, традиции, а также связями, основанными на понимании, согласии и единстве языка. В социологической науке они впервые были описаны Ф. Теннисом, конкретизировавшим различия между обществом (Gesellschaft — нем.) и общиной (Gemeinschaft — нем.), которые отражают разницу между доиндустриальным (сельским) и индустриальным (городским) сообществами.

В середине прошлого века акценты в изучении сообщества изменяются, вследствие чего в категориальном аппарате современной социологии появляется достаточно многозначное понятие комьюнити. В частности, американский социолог Дж. Гиллери, в 1955 году проанализировав около 100 определений данного термина, определил наиболее часто встречающиеся характеристики этого феномена: общность территории, социокультурные взаимодействия, наличие социальных связей [1]. В то же время подчеркивалась близость терминов «комьюнити» и «коммуникация», поскольку последняя рассматривается в первую очередь как организация с помощью информа-

ционных средств социально-культурного и экономического взаимодействия. В 60-80-е годы XX столетия разворачиваются широкомасштабные дискуссии о природе комьюнити, обусловленные как изменением их качеств и роли в современном обществе, так и новыми стратегиями их социологического анализа. Благодаря этому в 1990-х годах комьюнити начинают рассматриваться не как территориальные общности, а как сети социальных отношений. Новый поворот в исследованиях комьюнити связан с распространением Интернет-коммуникаций и появлением виртуальных сообществ. Постепенно приходит осознание того, что все сообщества строятся по сетевому принципу, что актуализирует поиск теоретических оснований анализа сетевых взаимодействий. Сам М. Кастельс, кстати, считает понятие сообщества во многом спорным. Несмотря на то, что оно акцентировало внимание на появлении нового технологического базиса социального взаимодействия, оно также стало и причиной возникновения недоумений. Как отмечает ученый, термин «сообщество» вызывал идеологические споры между теми, кто испытывал ностальгию по старому, привязанному к пространству сообществу, и горячими приверженцами альтернативных сообществ, появление которых сделал возможным Интернет» [2].

Понятие «социальной сети» впервые возникает в социальной теории, исследующей ситуацию модернити. Термин «социальная сеть» был введен в 1954 году социологом «манчестерской школы» Дж. Барнсом в работе «Классы и собрания в норвежском островном приходе». Он использовал это понятие для обозначения образцов связей в малых группах, используемых общественностью и описываемых социологами. Затем А. Бейвлас и Х. Левитт в ходе групповых экспериментов пришли к выводу, что разные модели коммуникации по-разному влияют на выполнение задач участниками групп. Сетевая структура отражала разделение групп на подгруппы, в которых сообщения могли передаваться только в определенных направлениях и через определенные позиции. В исследовании

А. Бейвласа впервые упоминается понятие «централи». Когда коммуникации осуществлялись через центральную позицию, происходило более качественное и быстрое выполнение задач. Центральность определяет важнейшее место в позиционировании сетевых отношений. Там, где центральность и, следовательно, независимость распределена равномерно, там нет лидеров, возникает много ошибок, высокая активность, медленная организация и высокая удовлетворенность. Теория сетевой коммуникация нацелена на анализ нового формата социальных взаимодействий и новой социальной реальности. Единицей методологического анализа этой теории является сеть как основа формирования многообразных коммуникативных пространственно-временных, субъект-субъектных и субъект-объектных конфигураций. Она релятивизирует традиционно выработанные коммуникативные порядки и порождает новые проблемы социального управления.

И.Е. Штейнберг считает возможным выделить четыре методологических подхода к осмыслению природы социальных сетей в современном социокультурном пространстве [3]. Первый из них, условно называемый «внеинституциональным», принадлежит уже упомянутому М. Кастельсу. Он утверждает, что в современную эпоху отношения между обществом и государством, а также внутри самого общества будут строиться по новым принципам, которые по сути своей являются сетевыми отношениями.

Представители второго подхода — П. Бурдье и Дж. Коулмен — рассматривают социальные сети как форму социального капитала. Социальный капитал — это понятие, введенное для обозначения социальных связей, которые могут выступать ресурсами получения выгод. Наиболее распространенными индикаторами социального капитала выступают ценности (доверие, уважение к окружающим, готовность помогать, толерантность), членство в ассоциациях и клубах по интересам (например, профсоюзах), благотворительность, волонтерство, развитость некоммерческих организаций. В целом можно сказать, что социальный

капитал является характеристикой жизнедеятельности общества, отражающей стремление людей к сотрудничеству, к объединениям, к созданию общественных отношений, построенных на взаимности и доверии. Социальный капитал, с одной стороны, служит источником развития сети, т.к. может проявлять себя в качестве особого вида реальных и потенциальных ресурсов; свойств и информационной направленности сети (виды социального капитала, которые определяют вид социальной сети — контакты, профессиональные интересы и т.д.). С другой стороны, социальные сети мобилизуют социальный капитал, поскольку именно доверие является наиболее значимым фактором создания социальных сетей, особенно если речь идет о социальных сетях с плотной структурой, предполагающих высокий уровень надежности.

Третий подход к изучению социальных сетей, по мнению Штейнберга, можно назвать «взаимообменным». Его авторы обосновывают представление о социальной сети как устойчивой совокупности взаимосвязей и отношений между участниками по обмену различными ресурсами, включая подарки и прочие символы причастности и солидарности. Сюда включены различные формы ресурсов для обмена — материальные и нематериальные, в том числе доверие, взаимопонимание, симпатия. С помощью этого эмоционального «тепла» в сетях создаются особые «поля притяжения», «круги своих» и т.д.

Четвертый подход связан с рассмотрением социальных сетей в качестве универсального способа адаптации различных социальных групп к экстраординарным условиям существования. Основная функция таких сетей — обезопасить участников от реальных или мнимых угроз современного общества, оказать взаимопомощь и поддержку.

Перечисленные подходы не противоречат друг другу и являются взаимодополнительными. В совокупности они позволяют охарактеризовать сетевые сообщества как важнейшую форму социального взаимодействия в информационном глобализирующемся обществе,

которые определенным образом структурирует коммуникационное пространство и создает новые конфигурации социальных интеракций, недоступные для традиционных институтов. Под социальной сетью следует понимать социальную структуру, состоящую из множества агентов и определенного на нем множества отношений. Сеть, по сути дела, является универсальным способом структурирования социального пространства. Социальные сети способствуют, во-первых, организации коммуникаций между людьми, во-вторых, реализации их базовых потребностей. По форме сетевая коммуникация представляет собой гибрид, полученный в результате скрещивания индивидуальной, групповой и массовой коммуникации. **Социальная сеть — это, в первую очередь, интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети. Автоматизированная социальная среда позволяет общаться группе пользователей благодаря существованию общих интересов. Поэтому выделяются тематические форумы, профессиональные социальные сети, электронные научные библиотеки и энциклопедии.** Комьюнити здесь является неким собранием людей, находящихся во взаимодействии и связанных между собой общими целями, интересами, в пространстве, в течение определенного времени. В современных социологических исследованиях сетевых сообществ фигурируют следующие термины: — «virtual community» (виртуальное сообщество), фиксирующее виртуальный характер интеграции людей в киберпространстве; — «online community» (онлайновое сообщество) — термин употребляется в противопоставление off-line сообществам, как указывающий на интерактивность общения и взаимодействия людей в киберпространстве, в реальном времени.

Можно выделить ряд характерных особенностей коммуникации, опосредованной социально-сетевыми технологиями: виртуальность, интерактивность, гипертекстуальность, глобальность, креативность, анонимность, мозаичность. Виртуальность — это характеристика

символической реальности, противопоставленной объективному миру и замещающей его с помощью образов, симулякров и аналогов. Интерактивность связана с ориентацией на индивидуальное и избирательное использование информации. В основе гипертекстуальности лежит представление о тексте, который позволяет пользователю самому моделировать и организовывать текстовое пространство удобным для него образом. Глобальность коммуникации определена предельным расширением того пространства, в котором происходят различные виды общения. Креативность обусловлена тем, что виртуальное пространство предоставляет человеку максимум возможностей для конструктивной деятельности, позволяя изобретать множество самопрезентаций. Анонимность социосетевой коммуникации способствует созданию непринужденной атмосферы для самопрезентации. Мозаичность коммуникации основана на отсутствии упорядочивающего центра и упорядочиваемой периферии, в силу чего социокультурное пространство неизбежно образует в некотором роде хаотичные (мозаичные) структуры. Таким образом, социальные сети характеризуются потенциально бесконечным числом независимых центров аккумуляции и распространения информации, что определяет, с одной стороны глобальность, демократичность и доступность коммуникации, а с другой, ее бесконтрольность.

Практически все исследователи констатируют, что виртуальные сетевые сообщества интегрируются на основе общих целей и интересов, а также использования сетевых ресурсов и программного обеспечения. А.Н. Чураков следующим образом определяет новые социокультурные группы в киберпространстве: это — сообщества людей с некими общими интересами, которые установили между собой прочные связи благодаря Интернету. Это с одной стороны, новая форма общественных отношений, с другой стороны, продукт новейших информационных технологий [4]. Согласен с ним и С.А. Паринов, по мнению которого, «онлайновые» сообщества в простейшем случае представляют собой группы

людей, общение которых основано на использовании Интернет-технологий (веб-форумы, списки рассылки, чаты и т.п.) [5]. Р.В. Кончаковский делает акцент на социокультурных основаниях возникающей в киберпространстве взаимосвязи индивидов, полагая, что фундаментом такой интеграции выступает «общностное знание», т.е. знание, разделяемое большинством членов, сообщества, содержащее представления о данном сообществе, нормы социального взаимодействия в нем и ценностно-смысловые образцы [6]. Важность культурного основания сообщества подчеркивает и В.Ю. Нестеров, предлагая разделять понятия «сетевой социум» как «группу людей, взаимодействие которых протекает преимущественно в глобальных компьютерных сетях», и понятие «сетевых социальных агрегатов». Обязательной характеристикой сетевого социума является «осознание своей общности, члены социума связаны общей идеологией, традицией и т.п.». По его мнению, сетевой социальный агрегат первичен и трансформируется в сетевое сообщество на основе созданной программной оболочки, посещаемой пользователями сети Интернет, «в результате взаимодействия между постоянными пользователями этого ресурса» [7].

Таким образом, интернет-сообщество представляет собой особый вид социального объединения пользователей коммуникационных сетей, интеграция которых возникает на основе общего дискурса в виртуальном пространстве при длительной и эмоциональной вовлеченности в процесс коммуникации. Сетевое сообщество имеет общие цели, способы контроля за поведением своих членов, возможности самопозиционирования. В качестве критериальных признаков Интернет-сообщества можно выделить следующие: наличие пользователей определенного информационного ресурса; возможность членов группы взаимодействовать между собой и владеть информацией об общей истории; совокупность предписанных ролей (поставщик контента, пользователь, участник чата, модератор); «сетикет» или нормы, которые регулируют пове-

дение членов комьюнити; возможность членов сообщества в процессе коммуникации реализовывать свои личные и общие цели. Личный характер связей позволяет актору непосредственно наблюдать действия других членов сообщества, получать информацию об их действиях «из первых рук», оказывать воздействие на их поведение [8]. Благодаря этому социальные сети являются предпосылками координации и кооперации в целях объединения усилий для получения взаимной выгоды. Эти обстоятельства обуславливают мультифункциональность сетевой коммуникации, которая заключается не только в наличии большого числа функций, которые постоянно наращиваются, а в том, что многие из них могут реализовываться одновременно.

Вместе с тем сетевые интернет-сообщества обладают рядом ключевых отличий от традиционных форм объединения.

— Одной из главных характерных черт сетевой коммуникации является ретинальный принцип, т.е. «эгоистичная» селекция, которая в свою очередь определяется потребностями, личными мотивами человека, являющимся пользователем сети, необходимостью в саморепрезентации и социализации.

— Интернет-сообщества характеризуются неопределенностью пространственно-временной локализации, поскольку возможности телекоммуникационных сетей предоставляют возможность как синхронной, так и асинхронной коммуникации.

— К социокультурным особенностям интернет-сообществ относится специфика общей цели как основы объединения, заключающейся в накоплении и преобразовании символического продукта. При этом конкретной целью интеграции может оказаться как поиск единомышленников, так и занятие определенной общей деятельностью.

— Структура данных сообществ фундирована доступом к информационному контенту и возможностью управлять им.

— Конструирование «я» и саморепрезентация в этих комьюнити носит

текстуальный характер. Социальная реальность по сути дела становится реальностью дискурсов, т.е. реальностью значений, оформленных в языковых структурах. Включенность социального актора в различные дискурсы приводит к множественности его самоопределения. Презентация образа, а значит, и самоидентификация производится за счет участия в дискуссиях и создания собственных тем. Личностная идентичность в таком случае представляет собой постоянно изменяющийся в дискурсивных практиках конструкт, который определяется способами взаимодействия в процессе сетевой коммуникации.

Таким образом, исследовательский интерес к проблематике виртуальных

сетевых сообществ обусловлен тем, что по мере увеличения количества пользователей Интернета возросла не только социальная значимость сетей, но и проявились многочисленные проблемы, связанные с самоидентификацией личности в этих сообществах, социальными практиками, нормативно-ценностными установками и возможностями социального контроля над ними. С одной стороны, сетевые интернет-сообщества являются продолжением и новым измерением традиционно сформировавшихся структур социокультурной жизни, а с другой, они представляют собой особое социокультурное пространство, в котором развивается новое качество повседневной жизни.

Примечания:

1. Hillery G.A. Definitions of Community: Area of Agreement // *Rural Sociology*. 1955. Vol. 20, N 2. P. 111-123.
2. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. А. Матвеева; под ред. В. Харитонов. Екатеринбург: У-Фактория, 2004.
3. Штейнберг И.Е. Парадигма четырех «К» в исследовании социальных сетей поддержки // *Социологические исследования*. 2010. №5. С. 40-50.
4. Чураков А.Н. Информационное общество и эмпирическая социология // *Социологические исследования*. 1998. №1. С. 35-44.
5. Паринов С. Истоки Интернет-цивилизации // *Интернет*. 1999. №15.
6. Кончаковский Р.В. Сетевое интернет-сообщество как социокультурный феномен: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Екатеринбург, 2010.
7. Нестерова Е.И., Нестеров В.Ю. Некоторые аспекты коммуникационных процессов в Сети с точки зрения культурологии // *Виртуальный мир Инфосферы: практическое использование человеком: 5-я Междунар. науч.-практ. конф. «Информационные системы и технологии»*. Владивосток, 1998.
8. Лещенко А.М. Мультифункциональность сетевых коммуникаций в современном обществе // *Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология*. Майкоп, 2011. Вып. №2. С. 52.

References:

1. Hillery G.A. Definitions of Community: Area of Agreement // *Rural Sociology*. 1955. Vol. 20, N 2. P. 111-123.
2. Castells M. *Galaxy Internet: Reflections on the Internet, business and society* / transl. from English by A. Matveev; ed. by V. Kharitonov. Yekaterinburg: U-Faktoriya, 2004.
3. Steinberg I.E. Paradigm of four «K» in the research of social support networks // *Sociological researches*. 2010. No. 5. P. 40-50.
4. Churakov A.N. Information society and empirical sociology // *Sociological researches*. 1998. No. 1. P. 35-44.
5. Parinov S. The background of Internet civilization // *The Internet*. 1999. No. 15.
6. Konchakovsky R.V. Network Internet community as a sociocultural phenomenon: Diss. abstract for the Cand. of Sociology degree. Yekaterinburg, 2010.
7. Nesterova E.I., Nesterov V.Yu. Some aspects of communication processes in the Network from the point of view of culturology // *The virtual world of Infosphere: practical use by a man: the 5th International scient. and pract. conf. «Information systems and technologies»*. Vladivostok, 1998.
8. Leshchenko A.M. Multifunctionality of network communications in modern society // *The Bulletin of the Adyghe State University. Series «Area studies: philosophy, history, sociology, jurisprudence, political science, cultural studies»*. Maikop, 2011. Issue 2. P. 52.