

ОСОБЛИВОСТІ ІДЕНТИФІКАЦІЇ СУБ'ЄКТА ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖЕВИХ СПІЛЬНОТ

Афанасьєв Дмитро Миколайович

м.Ужгород

В актуальній статті розглядаються особливості ідентифікації суб'єктів Інтернет-мережевих спільнот. Автор робить наголос на виокремленні відмінних рис ідентичностей та ідентифікаційних схем в сучасних теоретичних розвідках, характеристичній специфіці формування ідентичності у суб'єктів Інтернет-мережевих спільнот, розкритті ролі учасників у формуванні та функціонуванні Інтернет-мережевих спільнот. Стаття містить результати соціологічного дослідження щодо вивчення особливостей взаємодії суб'єктів Інтернет-мережевих спільнот.

Ключові слова: ідентифікація, ідентичність, суб'єкт, Інтернет-мережіві спільноти.

Пізнання стрімкого розвитку інформаційно-комунікативних технологій вимагає від соціологічної науки нових теоретичних трактувань. Слід звернутися до процесів, що відбуваються в умовах прискореного суспільного розвитку, масштабних взаємозв'язків, миттєвих комунікацій і складних соціальних технологій. Безпосереднім результатом розвитку Інтернет-комунікацій є формування принципово нових суб'єктів квазісоціального простору – мережевих спільнот. Нині є потреба в соціологічній методології, яка уможливила б адекватне відстеження змін у середовищі українських мережевих спільнот. Світова теорія та практика вивчення цієї тематики активно розвиваються (А. Тоффлер, Й. Масуда, Д. Іванов, М. Кастельс, Х. Рейнгольд, Ф. Уебстер, Т. Еріксен, П. Вірлію та інші); але якщо у світі вже замислюються про наслідки, визначають тенденції та прогнозують перспективи, то в Україні переважно доводиться наводити аргументи на захист існування та визнання мережевих спільнот як особливих соціальних утворень (Л. Скокова, В. Щербина, Н. Костенко, О. Голобуцький, А. Арсеєнко, С. Коноплицький та інші).

Аналіз літератури, присвяченої вивченню мережевих спільнот, праці із філософії, когнітології, соціології техніки, масових комунікацій, журналістики, культури та інших галузей свідчать про мозаїчність інтересу (навіть внутрішньогалузевого) до проблем ідентифікації суб'єкта мережевих спільнот.

Мета нашого дослідження полягає у виявленні особливостей ідентифікації суб'єктів Інтернет-мережевих спільнот. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання наступних завдань: виокремити відмінні риси ідентичностей та ідентифікаційних схем, охарактеризувати специфіку формування ідентичності у суб'єктів Інтернет-мережевих спільнот, розкрити роль учасників у формуванні та функціонуванні Інтернет-мережевих спільнот.

Термін "ідентифікація" походить від пізньолатинського *identificare* і в буквальному розумінні означає ототожнення, уподібнення, впізнання, встановлення збігу об'єктів. У "Філософському енциклопедичному словнику" ідентифікацією називають "дію, спрямовану на встановлення ідентичності" [1, с.233]. Якщо ідентифікація (самоідентифікація) передбачає дії, деякий процес співвіднесення одного суб'єкта з іншим, виявлення спільних чи, навпаки, специфічних ознак, рис, то ідентичність постає як певна даність, результуюча процесу ідентифікації (самоідентифікації). Соціальна ідентифікація як результат самоототожнення індивіда з певною спільнотою фіксується у моделях поведінки.

Як складова процесу виникнення і підтримки ідентичності, ідентифікація характеризується двома основними рисами: по-перше, вона здійснюється цілеспрямовано і, по-друге, реалізу-

ється за допомогою певних символічних засобів. Засоби ідентифікації (самоідентифікації) мають конвенціональний характер і пов'язані з певними мовними, побутовими та соціальними практиками.

Процес ідентифікації водночас і об'єктивний (визначається об'єктивними чинниками), і суб'єктивний (зумовлюється усвідомленням суб'єкта своєї ідентичності). Суб'єктивний аспект ідентифікації полягає головним чином у тому, як людина самоототожнює себе і як це самоототожнення сприймають та визнають інші – "чужі".

Тому в процесі ідентифікації варто розрізнити її суб'єкт і об'єкт, або, в інших термінах, "себе" й "іншого". Інколи об'єкт ідентифікації навіть не здогадується, що його ідентифікують чи використовують як точку відліку для самовизначення. З цього випливає така ознака ідентифікаційних процесів як їх асиметричність [2, с.142].

Ідентичність є продуктом соціальної взаємодії, що виникає як наслідок проекції індивідами на себе очікувань і норм інших. П.Бергер і Т.Лукман зазначають, що "ідентичність є основним елементом суб'єктивної реальності, вона перебуває у діалектичному взаємозв'язку з суспільством... і набувається тільки через сприйняття значущого іншого". Говорячи про суб'єктивну реальність, автори наголошують, що суспільство складається не тільки з феноменів, які не залежать від нашої свідомості, тобто репрезентує не лише об'єктивну реальність, а й "постає у вигляді суб'єктивних значень, колективних уявлень, смислових систем, які конструюються людьми у процесі їхньої діяльності". Ідентичність формується на основі інтерналізації, яка передбачає розуміння, засвоєння на основі "запозичення" тієї соціальної реальності, в якій інші вже живуть. Це означає, що учасники конкретних дій взаємно визначають ситуації, але, що найважливіше, – "тепер між ними відбувається постійна безперервна ідентифікація. Ми не тільки живемо в одному і тому ж світі. Ми беремо участь в бутті один одного" [3, с.93].

У структурі соціальної ідентичності, зазвичай, виокремлюють два основних компоненти: когнітивний – знання, уявлення про особливості власної групи і усвідомлення себе її членом; афективний – оцінка якостей власної групи, значущості членства в ній. Ідентифікація як процес ототожнення індивіда з тим чи іншим об'єктом, людиною, групою відбувається на основі засвоєння певних культурно-символічних ознак, цінностей, стандартів поведінки, соціальних установок і ролей. Це почуття спільності формується на основі відмінності і навіть протиставлення "свого" і "чужого". Ідентичність – це не тільки самовіднесення себе до тієї чи іншої спільноти людей, наприклад, нації, а й уява про неї (автостереотипи), її мову, культуру, історію і державність (якщо така є).

Як багатомірний процес людського буття, який може бути описаний за допомогою різних рівнів, розглядає феномен ідентичності українська дослідниця Л. Нагорна. Вона виділяє такі структурні рівні ідентичності: перший рівень – так звана базова ідентичність, яка передбачає, насамперед, особистісне самовизначення; другий рівень – це система соціокультурних ідентичностей: національних, професійних, вікових, гендерних, релігійних та інших; і, нарешті, на третьому рівні формується транснаціональна, глобальна ідентичність. Взаємодіючи між собою, ідентичності створюють певну ієрархію, котра, як складна система, постійно змінюється і схильна до трансформацій, а нерідко і до гіперболі-

зації деяких із них, залежно від політичних, економічних та соціокультурних умов [4, с.16-19].

Дослідженню типів колективної ідентичності присвятив свою працю "Національна ідентичність" Е. Сміт. На його думку, першим типом колективної ідентичності є чинник роду. Класифікація за родом є основою інших відмінностей, вона є єдиною ланкою з іншими видами ідентичностей. Будучи універсальною, родова ідентичність створює умови для колективних дій. Вона, зазвичай, залишається постійною протягом усього життя людини, адже базові для неї індивідуальні й групові культурні взаємозв'язки визначаються вже під час народження. Другий тип колективної ідентичності пов'язаний із поняттям "простору" й "території". Перевага цієї форми колективної ідентичності, порівняно з родовою, полягає в тому, що місцева і регіональна ідентичність мають велику об'єднуючу силу. Однак, дослідник застерігає від надмірної переоцінки регіоналізму. Третій тип колективної ідентичності Е. Сміт називає соціоекономічним. Глибинна людська потреба в культурній ідентифікації збереглась і після промислової революції, але її індивідуальна і груповая природа помітно змінилася. Класова свідомість перетворюється на ще одну форму ідентифікації та системи культурних уподобань. Цей тип колективної ідентичності постає, насамперед, у категорії соціального класу, певні різновиди якого часто є рушійною силою історичного розвитку. Проте, соціальний клас, на думку Е. Сміта, не може бути підґрунтям стабільної колективної ідентичності, оскільки він обмежений емоційною силою і культурною основою. Економічні чинники з часом швидко змінюються, тому претензії утримати різні економічні групи в межах спільноти з класовим підґрунтям будуть невизначені. Економічний еґотистичний інтерес не є основою стабільної колективної ідентичності. До того ж у суспільстві існує не один клас, а декілька, інтереси яких не збігаються. Тому класова ідентичність не виражає інтереси всіх прошарків суспільства, а лише тієї частини суспільства, яка об'єднана в певний клас.

Основними рисами сучасного механізму ідентифікації суб'єктів Інтернет-мережових спільнот ми можемо вказати наступні: розмиття образів «свій» та «чужий» через втрату довіри до інших учасників спільноти, стирання просторових та часових меж в Інтернет-мережі призводить до мінімізації відчуття колективної ідентичності.

Нині сучасне суспільство все більш інтенсивно використовує Інтернет-технології, що стрімко розвиваються на підґрунті постійного зростання інтересу до них представників різних сфер людської діяльності. З розповсюдженням широкосмугових мереж і появою технології Веб 2.0, що є сучасною концепцією розвитку Інтернету на засадах колективного створення змісту будь-яким користувачем мережі, збільшилася кількість Інтернет-користувачів та поширилося програмне забезпечення, що підтримує групові взаємодії. З'явилися соціальні мережі Інтернету – тобто спільноти людей, пов'язаних спільними інтересами або справою, що існують в Інтернеті, використовуючи спеціалізовані програмні сервіси, Інтернет-сайти та портали для забезпечення взаємодії людей у групі або групах.

Соціальною мережею можна назвати всю сукупність контактів, коло знайомств людини (комунікативна мережа) [6, с.26]. Ефективність впливу соціальної мережі залежить від рівня соціального капіталу (рівня обміну ідеями та знаннями) учасників мережі: знання передаються тільки там, де встановлюються відносини довіри. Більше того, сама конфігурація мережі, в якій накопичуються і поширюються знання, включає в себе формальні і неформальні групи.

Громадяни, які залучені до ідентифікаційних систем у рамках соціальної мережі, діють в інтересах розподіленої соціальної мережі від свого імені. Ці люди, діючи в інтересах соціальної мережі, є єдиними учасниками цієї взаємодії, а значить єдиними відпо-

відальними суб'єктами в рамках розподіленого середовища. До цього часу соціально-розподілена мережа є лише інструментом вивчення механізмів коригування свідомості, а також інструментом впливу на свідомість інших учасників мережі. Тематика мережевої організації увійшла в громадський дискурс разом з появою Інтернет-мереж.

Створення мережі блогів, спільнот, груп в рамках сучасних соціальних сервісів та залучення до них все більшої кількості учасників сприятиме вирішенню проблем суспільства та держави.

У становленні такої мережі проглядаються три етапи: запуск, нормотворчість, підтримка [6, с.28]. Задачі етапу – природний відбір ініціативної групи та відпрацювання методів роботи в середовищі соціальних мереж. Розглянемо названі вище етапи.

Нормотворчість. На цьому етапі залучаються всі бажаючі зробити свій внесок у вирішення проблеми. Методологія ґрунтується на їх намірі сприяти здійсненню позитивних змін, можливості максимально відверто висловлювати свої варіанти вирішення проблеми та аналізувати варіанти інших учасників мережі, достатніх умов для вироблення оптимального рішення проблеми шляхом обміну думками незалежних один від одного учасників мережевої спільноти, дисципліни, громадянської культури, консенсусного ухвалення рішень. Позитивна культура спілкування підтримується ініціативною групою. Серед методів – рейтингові голосування з залученням широкої дорадчої аудиторії. Можливе створення експертних спільнот. Задачі етапу: оцінка масштабів проблеми, тимчасового горизонту; визначення бажаного цільового стану, проміжних станів, розподіл їх у часі; підготовка норм і правил, рекомендацій із формування та закріплення громадянських цінностей в українському суспільстві шляхом діалогу влади і суспільства в соціальних медіа.

Підтримка реалізації рішення. Соціальні мережі стають частиною оцінного та моніторингового інституту в системі «Держава – Суспільство». Правила і норми комунікацій у соціальних мережах стають загальноприйнятими стандартами. Окрім цього, соціальна мережа виконує функцію накопичення та управління знаннями з проблем, обміну досвідом, підвищення рівня громадянської та організаційної культури.

Ідея дослідження походить із природного бажання знайти нову якість в тих додаткових можливостях, що дали розвиток комунікацій. Автор бере за основу структури соціальних сервісів і намагається наповнити змістом ідею взаємодії держави і громадянського суспільства. Авторами цих мереж пропонується зробити політично активних учасників української політичної блогосфери і державних службовців передусім.

Залучення їх у цей процес можливо в процесі самоорганізації в соціальних мережах. Необхідність управління за цього призводить до виникнення ієрархії як засобу об'єднання «різного в єдиному».

Сюди ж примикає проблема невизначеності: занадто багато людей більш комфортно себе почувають у рутині, невизначеність для них є дуже сильним стресом. Це, мабуть, є базовою характеристикою людини як елемента соціуму. Однак надмірна раціоналізація в Інтернет-спільнотах призводить до проблем відчуження по лінії «спільнота-учасник».

Соціальна мережа як одна з моделей соціології відома, починаючи з XIX ст. (павутина відносин, соціальна тканина), однак останнім часом соціальні мережі зайняли особливе місце внаслідок розвитку комунікаційних технологій, які зняли логістичні обмеження на строк обміну інформацією між вузлами мережі. Можливості інформаційних технологій дозволяють учасникам групи, які перебувають на значній відстані один від одного, спілкуватися настільки ж «щільно», якби вони знаходилися в одному приміщенні. Соціальні мережі бувають гомогенні та гетерогенні. Гомогенні соціальні мережі є набором акторів, рівних між собою щодо офіційного статусу в групі. Очевидно, що гомогенні соціальні мережі

не можуть бути занадто великими. Гомогенна група індивідуумів не може перевищувати 10 – 12 осіб. При більшій кількості група починає фрагментування, і середня інтенсивність комунікації між будь-якою парою її учасників починає знижуватися.

Гетерогенні групи зазвичай містять ядро і периферію. Два типи учасників роблять групу більш стійкою. Ядро, будучи в принципі гомогенною підгрупою, звичайно складається з найбільш активних учасників – носіїв «місії» групи.

Основний метод управління групою – це методи «м'якої» влади при повній неможливості використовувати будь-яке насильство. Це відразу ж призводить до вимоги єдності комунікаційного простору, ціннісних установок учасників групи, тобто однорідності групи стосовно предмета її діяльності.

Є сенс закласти гетерогенність структури групи із самого початку. Мінімальна ієрархія: Ядро (модератори) – Учасники – Читачі. Відповідальність Ядра групи – захист Місії групи. Ядро спостерігає за середовищем (учасниками), щоб воно зростало і зміцнювалось. Природно Ядро має більше прав, ніж інші учасники.

Необхідна Конституція групи (правила спілкування в співтоваристві), яка зазвичай поряд з формальною частиною містить також неформальну частину. Є необхідність зберігати історію поведінки учасників протягом певного періоду часу. Це важливо для створення і підтримки репутації, фільтрації злісних порушників. Правила групи повинні відкривати перспективи зростання учасників в ієрархії, містити чіткі критерії правопорушень, правил покарання винних. Необхідно також встановити арбітражні про-

цедури, які давали б учасникам групи можливість захиститися у випадках несправедливості або непорозуміння.

Важливо також визначити і підтримувати оптимальні розміри групи. Цікавими є реакції мережі на виклики ззовні. В цьому плані збереження місії групи забезпечується наявністю «ворога». Проте аналіз конкретних реакцій мереж на згадані виклики свідчить про їх недосить тривале існування та обмеженість у плані відпрацювання складних питань.

На сьогодні мережі нормально відпрацьовують лише ті питання, що пов'язані з видами діяльності людей, які не є складними, не вимагають особливої відповідальності. Переважно це організації дозвілля (хобі, спілкування) або інформаційного обміну (наукові спільноти) [7]. Відомі також приклади використання СМ в управлінні житлово-комунальним господарством або місцевим господарством на рівні муніципалітету [8].

Різна участь у створенні й використанні інформаційних технологій соціальними групами є визначальною рисою інформаційної нерівності чи цифрового розриву.

В Україні головною причиною інформаційної нерівності стає низький рівень інформатизації суспільства. Актуальне дослідження, проведене автором протягом жовтня-листопада 2011 року, характеризує основні моменти залученості молоді в мережу Інтернет (див.табл.1). Всього за квотною вибіркою нами було опитано 655 школярів та студентів навчальних закладів м.Ужгорода. За результатами цього дослідження можна побачити, що більшість молоді активно користується мережею Інтернет

Таблиця 1.

Чи користуєтесь Ви мережею Інтернет? (%)

		так, постійно	так, час від часу	ні, не маю доступу
	Всього	67,7	29,5	2,8
з них	Хлопці	73,2	24,3	2,5
	Дівчата	63,2	33,8	3,0
	Школярі	63,1	33,0	3,9
	Студенти	70,4	27,5	2,1

В підсумку виявилось, що відносно більше в Інтернеті проводять час хлопці ніж дівчата, та студенти, на відміну від школярів. Незважаючи, на те, що середня тривалість користування респондентами Інтернетом складає трохи більше трьох років, вже понад 2/3 молодих людей постійно використовує мережу.

В ході нашого дослідження респондентам ставились запитання щодо їх соціальних дій в мережі, які відображають їх ідентифікацію у мережі. Наступна таблиця (див.табл.2) ілюструє відсоткове співвідношення можливості таких дій за порядковою шкалою.

Таблиця 2.

		Погоджуюсь в повній мірі	Частково погоджуюсь	Частково не погоджуюсь	Не погоджуюсь в повній мірі	Важко відповісти
Я довіряю лише тим, з ким знайомий (-а) в реальному житті	Школяр	66,3%	24,3%	5,4%	3,5%	0,5%
	Студент	59,8%	28,2%	8,8%	1,8%	1,4%
В реальному спілкуванні я більш відвертий (-а)	Школяр	36,9%	33,8%	18,5%	9,2%	1,5%
	Студент	34,4%	35,6%	19,3%	8,1%	2,6%
При знайомстві он-лайн я звертаю увагу на зовнішність	Школяр	27,8%	33,5%	18,6%	14,9%	5,2%
	Студент	28,9%	33,3%	23,0%	11,5%	3,3%
В он-лайн спілкуванні я використовую нецензурні слова	Школяр	19,0%	14,9%	27,7%	32,8%	5,6%
	Студент	14,2%	17,8%	23,0%	41,0%	4,0%
В реальному спілкуванні мені важче сховати брехню	Школяр	20,8%	21,3%	16,4%	33,9%	7,7%
	Студент	13,2%	24,0%	25,4%	31,4%	6,0%
В он-лайн спілкуванні я не звертаю увагу на те, ким людина працює, скільки їй років і де вона живе	Школяр	25,8%	23,2%	24,2%	22,2%	4,6%
	Студент	19,0%	28,1%	27,4%	22,0%	3,5%
В он-лайн спілкуванні я використовую стандартні фрази щоб спростити спілкування	Школяр	29,9%	29,4%	22,2%	11,3%	7,2%
	Студент	27,7%	33,1%	20,7%	14,5%	4,0%

Ці показники ілюструють наступну тенденцію: для школярів – важливіше «он-лайн» продовжувати «оф-лайн», в той же час, для студентів – навпаки – важливіше «оф-лайн» продовжувати «он-лайн». Вказана закономірність потребує подальших досліджень. Її необхідно враховувати у педагогічному процесі в середній та вищій школах. Так, приміром, школярі більш активно переносять особливості комунікації між членами Інтернет-мережових спільнот на взаємодію з однокласниками, вчителями, родичами. Це досить часто призводить до непорозумінь, формування негативних стереотипів та провокування різного роду соціальних конфліктів. В той же час, студенти виступають більш свідомими учасниками Інтернет-мережових спільнот – їх спілкування чіткіше відображає

взаємодію, що відбувається в реальному просторі та часі.

На нашу думку, середовище взаємодії віртуальних спільнот є найбільш динамічним в плані появи нових видів та типів цих спільнот. Цьому сприяють урізноманітнення реальностей, які породжують такі спільноти. Зміна в характері активності людини, яка є основним творцем та регулятором віртуальних спільнот також є передумовою появи нових утворень. Вже на сьогодні існує достатній рівень технічного прогресу для формування віртуальних спільнот, де породжуючою реальністю є віртуальна реальність. Всі ці характеристики підвищують інтерес науковців до детального мультидисциплінарного аналізу віртуальних спільнот.

Література та джерела

1. Філософський енциклопедичний словник. Довідкове видання; [під ред. В. Шинкарука]. – К.: "Абрис", 2002. – 233 с.
2. Исламская идентичность в Украине / [А.В.Богомолов, С.И.Данилов, И.Н.Семиволос, Г.М.Яворская; пер. с укр.]. – изд. 2-е, доп. – К.: ИД "Стилос", 2006. – 200 с.
3. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П.Бергер, Т.Лукман; [пер. с англ. Е. Руткевича]. – М.: "Медиум", 1995. – 323 с.
4. Нагорна Л. Національна ідентичність в Україні / Лариса Нагорна // НАНУ. Ін-тут політичних і етнонац. досліджень. – К.: Ін-т історії України НАН України, 2002. – 272 с.
5. Сміт Е. Національна ідентичність / Ентоні Д. Сміт; [пер. з англ. П. Таращука]. – К.: Основи, 1994. – 223 с.
6. Усаченко Л. Формування антикорупційної громадянської свідомості в українському суспільстві: чинник мережевого суспільства [Текст] / Л.Усаченко, М.Сибирякова // "Ефективність державного управління". Збірник наукових праць. – 2010. – Вип. 23. – С.23-33
7. Ришар Ж.-Ф. Двадцять лет спустя. Глобальные проблемы и способы их решения / Ришар Ж.-Ф. // Россия в глобальной политике [Текст]. – 2003. – Т. 1. – № 2.
8. Abers R. Learning Democratic Practice: Distributing Government Resources through Popular Participation in Porto Alegre, Brazil / R.Abers // The Challenge of Urban Government. Policies and Practices [Text]. – Washington: World bank, 2001. – 442 p.

В актуальной статье рассматриваются особенности идентификации субъектов Интернет-сетевых сообществ. Автор делает акцент на выделении отличительных черт идентичности и идентификационных схем в современных теоретических исследованиях, характеристике специфики формирования идентичности у субъектов Интернет-сетевых сообществ, раскрытии роли участников в формировании и функционировании Интернет-сетевых сообществ. Статья содержит результаты социологического исследования по изучению особенностей взаимодействия субъектов Интернет-сетевых сообществ.

Ключевые слова: идентификация, идентичность, субъект, Интернет-сетевые сообщества.

In the article the author shows the features of identification of individuals in Web-communities. The author emphasizes on the illustration of the distinctive features of identity and identification schemes in modern theoretical exploration, characterization of the specific formation of identity in Web-communities, exposing the role of participants in the formation and functioning of the Web-communities. This article highlights the results of the survey about the peculiarities of interaction of Web-communities.

Keywords: identification, identity, individual, Web-communities.