

ІНТЕРНЕТ-СПІВТОВАРИСТВА У ІНФОПРОСТОРІ СУЧАСНОСТІ

Стаття присвячена вивченню особливостей функціонування онлайн-товариств та трансформації комунікативних практик їх членів. У рамках постмодерної парадигми автор аналізує специфіку взаємодії та самопрезентації членів ком'юніті.

Ключові слова: *онлайн-товариство, ідентичність, самообраз, симулякр.*

ІНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОСТИ

Статья посвящена изучению особенностей функционирования онлайн-сообществ и трансформации коммуникативных практик их членов. В рамках парадигмы постмодернизма автор анализирует специфику взаимодействия и самопрезентации членов комьюнити.

Ключевые слова: *онлайн-сообщество, идентичность, самообраз, симулякр.*

INTERNET-COMMUNITIES IN THE INFORMATION SPACE OF CONTEMPORANEITY

The article is devoted to the studying of online-communities specific functioning and transformation features of their members' communicative practices. Within the postmodern paradigm an author analyses the features of community members' interaction and self presentation.

Key words: *online-community, identity, self appearance, simulacr.*

Необхідність детального вивчення розвитку Інтернет-товариств викликана тим, що соціальна структура сучасного віртуалізованого інформаційного суспільства детермінована процесами створення і поширення інформації, трансформацією технологічної, соціальної, інформаційної сфер

суспільства та взаємодією з онлайн-овими групами. Різноманіття у формулюванні назви таких товариств – онлайн-ком'юніті, Інтернет-товариства, онлайнів, віртуальні співтовариства не заперечує той факт, що сферою функціонування таких соціальних груп є віртуалізований інформаційний простір.

Формування Кіберком'юніті, онлайн-товариств знаходиться у центрі уваги сучасних західних дослідників – М. Сміта, П. Тейлора, Ч. Гіра. Вивченню віртуальних співтовариств мережі присвячені роботи С. Бондаренка, Р. Маміної, Ю. Баєра, частково висвітлене дане питання у роботах З. Баумана та Д. Іванова. Аналіз практик суб'єкта в Інтернет-середовищі здійснено у працях В. Ємеліна, С. Дацюка, Д. Ростовцева. Російські дослідниці А. Жичкіна, О. Белінська вивчають стратегії самопрезентації індивіда у Інтернеті. Трансформації комунікативних практик членів онлайн-товариств досліджують В. Муромцев, А. Калмиков, В. Батов.

Метою нашого дослідження є вивчення специфіки функціонування Інтернет-співтовариств та характеристика особливостей комунікації та самопрезентації членів ком'юніті.

Онлайн-співтовариства стають надзвичайно популярними, оскільки значно спрощують процес комунікації – вона стає позамежовою та позачасовою, адже існує можливість спілкуватись як у режимі реального часу, так і залишати відео чи текстові повідомлення. Переваги швидкісної реакції на повідомлення та можливості розпочати розмову у будь-який момент, зручність, доступність та всеохопність такої взаємодії збільшують кількість Інтернет-ком'юніті у мережі. Звичайно, таке товариство нагадує радше конгломерат випадкових учасників, не дивлячись на те, що більшість із них вважає один одного кращими друзями.

Спілкування у товариствах найчастіше пов'язане з інтересом до певної проблеми, болючого питання чи цікавої для кожного члена теми. Можливість порадитись, поділитись радощами чи сумом призводять до того, що члени

таких товариств сприймають їх як своєрідну агору, простір для висловлювань. Приваблює також спокуса множинності ідентичності, можливості того, що немає необхідності репрезентувати справжнє «я» - достатньо створити свій образ, який і буде розкривати секрети чи роздавати поради. Даний образ можна змінювати, корегувати залежно від ситуації, надавати йому необхідних характеристик, можна створити галерею образів – своєрідний архів персонажів, які й будуть спілкуватись з іншими. Особливо спокусливим є те, що людина має владу управляти тим, наскільки створені нею образи є привабливими та цікавими для інших (це надає їй можливість відчувати себе всевладним творцем).

У мережі людина може залишитись анонімною, навіть полінімною (мати множину nick-names та електронних адрес), тому відчуває себе вільною від умовностей, правил повсякденності, адже спілкується не вона, а персонаж, маска під вигаданим ім'ям, з вигаданою життєвою історією. Бажання анонімності найчастіше викликане незадоволенням реальною ідентичністю (соціальним статусом, зовнішністю, віком), прагненням до ескапізму, втечі від реальності. Полінімність, у свою чергу, дає можливість жонглювати, маніпулювати множинними ідентичностями задля задоволення бажання стати яскравим та цікавим співрозмовником, лідером онлайн-ком'юніті, «гратися» з масками. «Входя в виртуальные общины, как своеобразные малые группы по интересам, пользователь компьютера обретает социальную роль, статус, включается в новые формы общения, становится социально раскованным и открытым к духовному общению» [4, 98].

Власне полінімність та свобода від інституційності і дозволяє виникати та розпадатись численним ефемерним, поверховим, заснованим навколо лише тимчасово значущої проблеми, товариствам.

Необхідність створювати галерею образів викликана усвідомленням свого всевладдя в мережі, необмежених можливостей творити, адже відчуваючи себе віртуальним деміургом, важко відмовитись від спокуси симуляції. На думку О. Орлова, вільна деміургія захоплює «всех, кто вкусил благодати компьютерного

набора на виртуальній сторінці»[3, 295]. Крім того, відбувається процес відчуження від повсякденних соціальних ролей, дистанціювання від реальних статусів у суспільстві (оскільки спілкування у мережі найчастіше позастатусне) чи створення нових, що і викликає потребу гри з образами, ідентичностями. На думку Й. Хейзінги, «переодевшись или надевший маску «играет» иное существо. Но он и «есть» это иное существо»[5, 32]. Людина дійсно на певний час є тією маскою, яку вона надягла для певної ситуації спілкування у товаристві. Вона грає багато ролей у пошуках втраченої ідентичності, захопливо сприймає себе Великим Лялькарем, який дістає зі скрині (архіву самообразів) необхідну для даного спектаклю ляльку, не усвідомлюючи, що спокуса симуляції перетворила її на одного з рядових виконавців численних ролей. Адже людина лише підкоряється логіці віртуальної реальності та світової інформаційної мережі, і не вона є лялькарем та режисером, а неписані правила інфосфери та віртуальності диктують їй дану поведінку.

Спілкування в Інтернет-співтовариствах має характер гри, оскільки гра (за Й. Хейзінгою), як і комунікація у онлайн-ком'юніті відособлені від повсякденності місцем і тривалістю – можливістю багаторазово повторювати, «програвати» та наявністю певного ігрового простору. Наприклад, форумна форма комунікації Інтернет-товариств дозволяє спілкуватись у режимах діалогу та полілогу з представниками різних культур у режимі реального часу та відстрочених повідомлень і є простором для вільного від обмежень обміну думок. Гра (комунікація) має втаємничений, замкнутий характер, оскільки вона надає спільним діям (обговоренню певної проблеми) відчуття єдності, винятковості, окремішності від інших, вона супроводжується «чуттєвими напруженнями и радости, а также ощущениями «инобытия» в сравнении с «обыденной жизнью»[5, 45]. Вироблені у рамках гри норми (як і запропоновані модератором чи засновником товариства та прийняті іншими членами неписані правила) формують почуття єдності, інакшості, своєрідності у порівнянні з іншими.

Грайливість (playfulness), легкість та гнучкість (flexibility) спілкування у чаті чи на форумі надзвичайно привабливі для членів співтовариств, котрі змагаються у віртуальному вмінні маніпулювати афоризмами та цитатами, моментально адаптуватись до змін тем, настроїв та калейдоскопу учасників комунікації. Інтерактивний кіберпростір є місцем зустрічі людей, середовищем їх спілкування, що просякнуте грайливістю. Електронна пошта, форуми, чати, пересилка спаму – вмістилище авантюризму та експерименту. Вони дозволяють кожному користувачеві вести свою гру – замаскуватися, створити ілюзорну ідентичність.

Спілкуючись у мережі, людина постійно веде мовні ігри, вона використовує техніку пастішу (самоіронії та інтерпретативного перегравання вже існуючого) та бріколаж (майстрування нового на основі матеріалів, що знаходяться поруч, «новий» запис поверх існуючого). Інтерпретативне цитування, використання відомих брендів, лейблів, афоризмів у новому контексті мають характер гри «у розумника», де найціннішим вважається інтелектуально-витончене використання загальновідомого матеріалу, факту, фільму чи тексту, трансформація їх у коротке, змістовне та певним чином закодоване повідомлення.

Типовою рисою Інтернет-товариств є вільне членство та право вільного виходу з групи. Зазвичай для того, щоб стати членом товариства достатньо зареєструватись чи отримати запрошення від дійсного члена або модератора групи, відтак вихід з неї також не обтяжений жодними умовностями – достатньо видалити свій аккаунт. Оскільки зв'язки між людьми налагоджуються надзвичайно легко, не потребуючи зусиль, та сприймаються як такі, що мають приносити задоволення і підтримуються тільки до того часу, поки є цікавими та корисними, то немає потреби докладати сил для збереження відносин, які вже не приносять насолоди. Домінуючими стають тимчасові союзи, головна задача яких – надати людині ілюзію приналежності до референтної групи (адже непотрібно діяти узгоджено та об'єднувати зусилля).

Відповідно до поглядів З. Баумана, «в этом мире человеческие контакты состоят из последовательного ряда встреч, личности заменены периодически сменяемыми масками, а биографии распадаются на серии эпизодов, сохраняющихся лишь в столь эфемерной памяти»[1, 109].

На думку Е. Хобсбаума, термін «співтовариство» сьогодні використовується надзвичайно нерозбірливо і недоцільно, оскільки справжнє співтовариство у соціологічному смислі слова майже неможливо знайти у реальному житті. Спроба знайти групу, до якої можна належати довго і надійно у мінливому та гнучкому світі, де немає нічого надійного є провальною. Саме тому більшість дослідників сучасного віртуалізованого інформаційного суспільства вважають такі ком'юніті надзвичайно поверховими, тимчасовими і нездатними заповнити екзистенційний вакуум, стати своєрідною агорою для людини, що загубилась у калейдоскопі ідентичностей. Такі товариства лише симулюють безпосередню присутність у спілкуванні, «создают подобие социальной близости людей»[2, 22]. Залишаючись членом численних товариств, спілкуючись з багатьма людьми навіть на найінтимніші теми, людина самотня, тобто за З. Бауманом, «сегодня одинокие граждане приходят на agora только для того, чтобы побыть в компании таких же одиночек, как они сами, и возвращаются домой, еще более утвердившись в своем одиночестве»[1,257].

Типовою рисою поведінки члена Інтернет-співтовариства є демонстративність, виставлена напоказ прозорість, винесення на загальний розгляд особистих моментів. Суспільний простір перетворюється на екран, на котрий проектуються всі приватні проблеми та інтимні подробиці, адже анонімність (полінімність) віртуального простору дозволяє приховати справжнє «я». Крім того продемонстровані особисті історії найчастіше виявляються надуманими, «позиченими» з життя власного образу для того, щоб змоделювати рішення певної ситуації, реакцію на неї у реальному житті. Така прозорість ілюзорна, оскільки демонструють не оригінал, а інсталяцію,

симулякр. Саме тому доцільніше, на нашу думку, зазначати псевдопрозорість, симуляцію демонстративності у просторі інформаційної супермагістралі Інтернет.

Цінність онлайн-співтовариств полягає у їх значному інтегративному потенціалі. Інтернет виконує об'єднуючу функцію, сприяє інтеграції світу, забезпечуючи ефект присутності «тут і зараз» у наднаціональному просторі мережі. Мережа допомагає налагоджувати соціальні контакти, а максимально відкритий характер комунікації сприяє створенню численних вузьких кіл однодумців, інтелектуальних співтовариств та тимчасових груп розважального характеру. Доповнюючи одне одного, співтовариства мережі заповнюють різноманітні ніші інтересів їх членів, сприяють розвитку їх творчого потенціалу (адже член співтовариства повинен обов'язково докласти зусиль, щоб зацікавити інших). Слід звернути увагу на особливу інтенсивність комунікації, виникнення специфічного відчуття віртуального місця, де відбувається зустріч текстів, що потребують декодування. А розшифровування тексту, декодування смислів (які відомі небагатьом), приносять комунікаторам задоволення від тексту.

Характер таких товариств визначає також внутрішня потреба людини перебувати у центрі світу, що часто неможливо у повсякденності і реальній референтній групі з причини залежності від статусу чи соціальної ролі. У вільному від статусних обмежень і умовностей Інтернет-товаристві людина має можливість відчувати себе у центрі уваги, стати популярною. Вона потребує визнання вдячної аудиторії та публічних позитивних оцінок і саме тому стає на шлях творення ретельно відшліфованого і підходящого для даного товариства самообразу. У зв'язку з цим особистісний (реальний) статус людини детермінується його рольовою ефективністю, успішністю та привабливістю створеного образу. Людина приміряє на себе численні маски для задоволення незмінного бажання бути найкращим, найцікавішим співрозмовником та отримати позитивний відгук від співбесідника. Наприклад, популярні соціальні

мережі типу «Facebook», «Однокласники», «В контакте», «Twitter» які є прикладом великих онлайн-співтовариств та об'єднують мільйони людей різного віку, статі та професійної приналежності обов'язково містять оціночний елемент (оцінка за фото, оформлення аккаунту чи обговорення на форумі). Соціальний (реальний) світ ієрархізований та структурований, він обмежує людину як соціальний об'єкт межами статі, віку та професійної приналежності, тоді як інфоспростір принципово безмежний і не задає рамок для самопрезантації.

Цікавим є той факт, що сучасна людина, яка не включена у спілкування в мережі та не є членом котрогось із Інтернет-співтовариств залишається на маргінезі соціуму, а відмовляючись від занурення у комп'ютерний, віртуальний світ, вона відмовляється по суті від процесу соціалізації. Нині важко уявити людину, яка не є членом котрогось із співтовариств мережі, адже створені за інтересами вони допомагають знайти однодумців, розвивати творчий потенціал, а навички користування інтерфейсом та можливостями світової мережі є сьогодні вимогою часу.

Співтовариства мережі є синергетичними соціальними системами, здатними до саморозвитку і саморегуляції. У ході самоорганізації складаються численні локальні взаємозв'язки і такі процеси є кооперативними (масовими) явищами. Формується тип рухливої соціальної системи, межі розвитку якої ще невідомі.

Віртуальні співтовариства, на думку психологів, задовольняють основні людські потреби – комунікативну, когнітивну та ігрову. Саме тому вони є такими принадними та необхідними для користувачів глобальної інформаційної супермагістралі Інтернету. Трансграничність, позачасовість, швидкість та зручність спілкування у мережі, грайливість та легкість комунікації, відчуття можливості реалізації творчого потенціалу та всесильності власного самообразу визначають привабливість членства в онлайн-товариствах. Можливість взаємодії у неієрархізованому та позастатусному просторі онлайн-ком'юніті

дозволяє сучасній людині втекти від умовностей та соціальних ролей повсякденності, поринути у необтяжливий, грайливий, пластичний та симулятивний світ можливостей.

Література:

1. Бауман З. Индивидуализированное общество / Зигмунт Бауман; [ред., пер. с англ., В.Л. Иноземцев]. – М. : Логос, 2002. – 326с
2. Иванов Д. В. Виртуализация общества. Версия 2.0 : [монография] / Д. В. Иванов. – СПб. : Петербургское востоковедение, 2002. – 214с.
3. Орлов А. М. Виртуальная реальность. Пространство экранных культур как среда обитания / А. М. Орлов. – М. : ГЕО, 1997. – 336с.
4. Устьянцева Г.Г. Посткнижная культура и новые грани свободы личности / Г. Устьянцева // Информационная цивилизация: пространство, культура, человек (под ред., В.Б. Устьянцева). – Саратов: Издательство Поволжского межрегионального учебного центра, 2000. – С.92-98.
5. Хейзинга Й. Homo ludens. Статьи по истории культуры / Йохан Хейзинга. – М. : Прогресс Традиция, 1997.– 416с.