
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК 316.77:004.738.5(045)

М. В. Белла

ДО ПИТАННЯ ПРО КОМУНІКАЦІЙНУ ПРИРОДУ ВІРТУАЛЬНИХ СПІЛЬНОТ

У статті проаналізовано специфікацію поняття віртуальної спільноти як у межах традиційних уявлень про спільноти, так і підходів до вивчення інтернет-спільнот у контексті дослідження комп'ютерно-опосередкованої комунікації. З урахуванням висновку про переважно рольову комунікацію в обох випадках здійснено спробу обґрунтувати затребуваність поняття гіперспільноти як соціально-комунікативної структури, що забезпечує позарольову (рольову) комунікацію.

Ключові слова: віртуальна спільнота, соціальна мережа, рольова комунікація, позарольова комунікація, гіперспільнота, олбанська мова, холівар.

І. Вступ

Віртуальна спільнота є одним із ключових понять сучасної науки про медіа. А. Соловей вважає, що «серед мережевих ресурсів усе більшу роль відіграють віртуальні спільноти, основними функціями яких є підтримка спілкування, обмін думками, отримання інформації. Формування спільнот у мережі Інтернет зумовлено процесами глобалізації, урбанізації, а також внутрішніми психологічними мотивами й соціальними потребами сучасної людини. Люди із часом у все більших масштабах організовуються за допомогою віртуальних спільнот на основі комп'ютерної комунікації. Індивідууми будують свої онлайніві мережі, ґрунтуючись на своїх інтересах, цінностях, схильностях» [8].

При безумовній і значній зацікавленості проблематикою комп'ютерно-опосередкованої комунікації це поняття також, вочевидь, потребує прояснення з погляду його обсягу, змісту і, відповідно, затребуваності на рівні з традиційним соціологічним терміном «спільнота».

Термін «віртуальна спільнота» належить Г. Рейнгольду: «Віртуальні спільноти – це соціальні агрегації, які виникають у Мережі, коли достатня кількість людей, відчуваючи емоційну потребу, досить довго продовжують спілкуватися між собою, щоб сформувалися мережі особистих відносин у кіберпросторі» (переклад наш. – М. Б.) [9].

Уже на початку своєї відомої праці «Віртуальне спілкування» Г. Рейнгольд описує історію формування спільноти батьків: «Люди, яких ви вважали лихими або навіть огидними, ваші супротивники у інших ситуаціях, надають вам емоційну підтримку на більш важливому рівні, як батько батькові або матір матері, у межах батьківської спільноти, маленького, але наповненого людським теплом куточка кіберпростору» (переклад наш. – М. Б.) [9].

Цей опис містить важливу вказівку на психологічний компонент віртуального спілкування – усі суперечності та взаємні претензії поступають пафосу «більш глибокого» рівня – рівня спілкування батька з батьком. Іншими словами, атмосфера віртуальної спільноти, з одного боку, знімає цілий ряд бар'єрів, що перешкоджають спілкуванню у повсякденній ситуації, з іншого боку, це досягається ціною певної абстракції: особистість зводиться (редукується) до однієї зі своїх соціально-рольових функцій – батьківської. Мережа сприяє людям у згуртуванні навколо однієї, безумовної для них цінності. У цьому полягає одна з можливостей теоретичної специфікації поняття віртуальної спільноти.

На перший погляд, електронне середовище дає можливість для спілкування людей, які розділені в часі і просторі, але мають вочевидь спільні інтереси, ідеали, проблеми тощо. Дійсно, існує безліч форумів, де люди спілкуються на теми, що їх хвилюють. Але, на нашу думку, цього компонента – електронного середовища – недостатньо, щоб привласнити такій спільноті якісно інший статус – віртуальна. Точніше, це віртуальні спільноти, але та якість комунікації, яку при-

вносять у світ мережеві ресурси, не вичерпується таким, суто технічним розширенням можливостей комунікації. Зрозуміло, що спілкування в мережі може встановитися між учасниками цілком традиційних спільнот. У такому випадку ми маємо справу зі зміною середовища і засобів комунікації, не більше того.

Разом із тим, не можна, звісно, стверджувати, що якісна специфікація поняття віртуальної спільноти залишається за межами обговорення. Найбільш вагомими тезами у цьому аспекті належать ще одному безумовному авторитету у сфері вивчення медіа – М. Кастельсу: «...ці спільноти функціонують, ґрунтуючись на двох головних, загальних для всіх культурних цінностях. Перша з них – це цінність горизонтальної, вільної комунікації. Практика віртуальних спільнот являє собою практику глобальної свободи слова в епоху панування медійних конгломератів і цензур державних бюрократій. За словами Дж. Гілмора, «Мережа сприймає цензуру як зло і намагається уникнути її» [цит. за: 9, с. 7]. Для багатьох ця свобода висловлювати свою думку й доводити її до відома багатьох інших, що високо цінувалася, починаючи з найперших сеансів онлайн-комунікації, стала однією з фундаментальних цінностей Інтернету. Другу спільну для всіх цінність, зобов'язану своїм походженням віртуальним спільнотам, я б назвав самоврядною організацією Мережі. Іншими словами, це можливість для кожного знайти його (або її) власне місце в Мережі, а якщо не виходить, то створити його (або її) власну інформацію й опублікувати її в Інтернеті, тим самим ініціюючи появу нової мережі» [2, с. 73].

Саме горизонтальність віртуальної спільноти, а також можливість, що практикується більшою чи меншою мірою, маніпулювати у власний спосіб зумовлюють якісну відмінність комунікації всередині віртуальних спільнот порівняно не тільки з традиційними формами колективного спілкування, а й іншими формами комунікацій у Мережі.

Зміна перспективи аналізу, увага до реального побутування реальної людини у просторі/часі Мережі майже відразу дає змогу виявити унікальну особливість цього побутування, якщо розглядати його з позиції соціальної філософії.

II. Постановка завдання

Мета статті полягає у встановленні якісної відмінності віртуальної спільноти від спільноти в традиційному, соціологічному значенні цього поняття. Досягнення цієї мети передбачає вирішення таких завдань:

- описати своєрідність відносин учасників віртуальної спільноти порівняно з традиційною спільнотою;
- проаналізувати характер самоідентифікації суб'єкта віртуального спілкування;
- проаналізувати процес деієрархізації структури віртуальної спільноти;
- обґрунтувати доцільність звернення до поняття про гіперспільноту;
- проаналізувати комунікативні ефекти, зумовлені специфікою комп'ютерно-опосередкованої комунікації.

III. Результати

Навіть поверховий аналіз невігядливого акаунту, наприклад, у ФБ виявляє незаперечний факт, що вимагає врахування в міркуванні про віртуальні спільноти. Цей факт полягає в тому, що кожен учасник будь-якої віртуальної спільноти одночасно «перебуває» ще в кількох. Ця обставина є очевидною й не вимагає жодних спеціальних демонстрацій.

Наступне міркування: з тим самим ступенем переконаності можна констатувати відсутність ієрархії в цій «спільноті спільнот»: просто через відсутність більш-менш чіткого критерію співвіднесення. З іншого боку, зрозуміло, що жоден з нас як учасник таких конгломератів і не ставить собі завдання якось значуще зорієнтуватися щодо сукупності спільнот, у житті яких ми беремо участь: немає жодної практичної необхідності віддавати собі в цьому звіті і вживати якихось дій саме в цій перспективі. Що відбувається з необхідністю, так це «навігація» агентів окремих спільнот не тільки в межах конгломерації текстів одного з них – з використанням гіперпосилань, а й між спільнотами – за допомогою тих же посилань (ми вводимо тут термін «агент спільноти», виходячи з того, що традиційний термін «користувач» не відбиває функціональної залежності учасника мережевого спілкування від спільноти, яку він представляє, а саме ця залежність перебуває в центрі нашої уваги в цій статті). При цьому будь-яке таке посилання, що, зрозуміло, може вивести агента не тільки за межі актуального для нього в цей момент спільнотного дискурсу, а й за межі того комунікативного континууму, який він обрав для входу в Мережу. У нашому випадку це може бути ФБ. Зробимо важливе уточнення. Якщо наша мета – обґрунтувати теоретичну значущість та інструментальну продуктивність поняття про гіперспільноту, ми повинні тут наголосити на незвідності цього поняття до поняття про соціальну мережу у вузькому значенні слова: ФБ, Вконтакті, Однокласники, WELL тощо. Будь-яка соціальна мережа, безумовно, ширша від окремої віртуальної спільноти, але й вона структурується та розширюється «під знаком» або якоїсь надцінності, або під впливом стимулу, що переважає над власним рішенням/вибором агентів. Іншими словами, будь-яка соціальна мережа тяжіє до мережі ієрархії, що так чи інакше актуалізується в процесі розвитку/розширення. У М. Кастельса знаходимо такий аргумент на користь цієї тези: «...розраховані на багатьох користувачів ігри (MUD) являють собою привілейовану зону рольової гри й фальсифікації особистості – для більшого задоволення постмодерністських теоретиків. Проте, наскільки ми можемо судити, більшість MUD-гравців були або є ті-

нейджерями або студентами коледжів, для яких такі онлайн-ігри чималою мірою стають вираженням типової рольової поведінки, властивої цьому періоду життя, коли підлітки часто проводять експерименти над своєю особистістю. Користувачі мають звичай пристосовувати нові технології під власні інтереси або потреби» [2, с. 72].

У разі ФБ, MySpace та інших популярних мереж також, вочевидь, не доводиться говорити про «какофонії» віртуальних спільнот, що входять до них: ретельний аналіз виявить якщо не один, то ряд цензових порогів, які негласно регулюють поповнення мережі новими агентами: віковий (Вконтакті), віковий і освітній (ФБ), віковий і ідеологічний (Однокласники) тощо.

Отже, мережа сама по собі також не може претендувати на статус гіперспільноти. Тут ми переходимо до викладу та обґрунтування нашого бачення проблеми. Наша гіпотеза полягає в тому, що у просторі гіперспільноти (саме: *гіпер-*, оскільки віртуальні варіанти реальних спільнот лише полегшують професійну та просто побутову комунікацію) у межах гіперспільноти відбувається *проблематизація самоідентифікації*. Точніше, ідеться про проблематизацію *рольової самоідентифікації*. Суб'єкт електронної комунікації не має просторово-часового ресурсу для вибору гіперспільноти. Чому?

По-перше, тому що вона – одна та єдина. По-друге, тому що він (суб'єкт) залучається до гіперспільноти певним чином у просторі «комп'ютерно-опосередкованої» комунікації. Найближча «прикмета» залученості до гіперспільноти, як ми вже зазначили, – це одночасна причетність агента до кількох віртуальних співтовариств. Причетність до кількох співтовариств (як віртуальних, так і реальних) не є, звичайно, чимось винятковим: наше повсякденне життя пронизане рольовими відносинами, більшість конфліктних ситуацій пов'язана з рольовими суперечностями як вихідними внутрішніми особистісними конфліктами, що провокують, так би мовити, «зовнішнє оформлення». Проте в повсякденності наша залученість до «рольових ігор» супроводжується рухом у межах різноманітних ієрархій, завдяки яким у більшості випадків і вирішуються рольові конфлікти. Те саме стосується й віртуальної спільноти, але принципово іншу тональність у такий стан справ вносить формування *гіперспільноти*, де всі рольові ієрархії «зняті» і проблема самоідентифікації нібито переміщується «за спину» агента, не зумовлюючи його свідомого рішення з орієнтацією на ту чи іншу ієрархію, а формуючи його поведінкову стратегію й тактику в межах спільноти таких самих «дезорієнтованих» агентів. Такий комунікативний континуум проблематизує самоідентифікацію радикально, незалежно від анонімності та інших власних комунікативних прийомів агента. Так формується аієрархізований (деієрархізований) суб'єкт-агент у пошуках «позарольової комунікації».

Чи можна «засікти» активність такого агента гіперспільноти в доступних незалежному й об'єктивному спостереженню формах? Ми вважаємо, що так. І шукати варто на тому рівні, який є єдиним доступним для реалізації потенціалу гіперспільноти – у мові. Ідеться про «позарольову комунікацію» – феномен, принципово чужий – теоретично – як повсякденному спілкуванню, так і його віртуальним версіям.

Ми наведемо лише два приклади, два комунікативних ексцеси, які свідчать, на нашу думку, про активність гіперспільноти. На користь такого твердження свідчить той факт, що обрані нами для аналізу мовні явища виникли – і могли виникнути – виключно в умовах електронної комунікації. Саме їх принципова неможливість звести до будь-яких позамережових причин і слугує нам підставою для їх опису з погляду гіперспільноти.

Ми розглянемо два таких явища – олбанську мову та холівар.

Олбанська мова. Дослідники блогосфери інтерпретують цей феномен найчастіше як сленгоподібне утворення, ускладнене культивуванням еративів. Відповідно, генезу олбанської мови пов'язують з так званими екстралінгвістичними факторами: специфічним соціокультурним цензом мешканців Мережі й зумовленими цим цензом комунікативними пріоритетами. Проте, тут відкривається цікава можливість власне лінгвістичного аналізу. Потреба в ньому виправдана ще й тією очевидною обставиною, що еративність «олбанізмів» переконливо перешкоджає зведенню генетичної проблематики олбанської мови до її псевдоспорідненості зі сленгами, що розростаються майже виключно за рахунок лексичних, але не граматичних інновацій. Сленгові новоутворення тяжіють до безпроблемної орфографії – олбанізми проблематизують граматичну системність. Проте, вирішальним аргументом на користь іншого, відносно сленгу, генезису олбанізмів є функціональна обмеженість як одного, так і іншого діалекту: сленг не знає письмової форми – олбанська мова не призначена для спілкування поза Мережею, отже, не знає усної форми. У слензі, з одного боку, та албанській – з іншого, мова виступає в абстрактних маніфестаціях у повсякденному житті мови, які співвідносяться в події висловлювання в кожен момент його здійснення. Отже, олбанська мова, усупереч уже необговорюваному «ви року» лінгвістів, – не сленг. Її «призначення» зовсім іншого характеру.

Справа в тому, що неминуче супутня електронному спілкуванню деієрархізація соціальних статусів учасників віртуальної спільноти викликає ефекти зворотного характеру, оскільки ієрархія видається незамінним компонентом будь-якої соціальної взаємодії. Зокрема, це призводить до того, що на перший план виходять важливі, але не найголовніші в повсякденному спілкуванні критерії. Так, Г. Рейнгольд у цитованому вже нами дослідженні писав: «Ті, хто не може знайти застосування своїм навичкам швидкого письма і винахідливості у полеміці – поєднання прикла-

дної мрійливості і просунутої балаканини – у інших сферах свого життя, знаходить себе у IRC нагорі соціальної ієрархії» (переклад наш. – М. Б.) [9]. Тобто володіння мовою, мовна винахідливість стали підставою для виникнення нової ієрархії за відсутності всіх звичних підстав. У спрощеному варіанті така ієрархія заснована просто на знанні орфографії.

Олбанська мова просто руйнує ці підстави. У ній неможливо помилитися, оскільки будь-яка помилка може бути визнана «олбанізмом». Олбанська мова, на наш погляд, є чудовим прикладом реакції гіперспільноти на останній редут зовнішньої ієрархії в електронному спілкуванні в межах віртуальних спільнот – орфографічну ієрархію. Варто зауважити, що спад інтересу до жаргону «падонков», відзначений лінгвістами (М. Кронгауз) після 2000 р., свідчить не тільки про якісне переформатування віртуальних спільнот, а й про опір самої олбанської мови неминучому оформленню зводу правил, хоч би якими екзотичними вони не виявилися. Проте це – тема окремого дослідження.

Холівар (від англ. Holy war – священна війна) – безглузді дискусії (зазвичай – в Інтернеті), у яких учасники намагаються довести одне одному перевагу однієї з кількох більш-менш рівноцінних альтернатив (комп'ютерних програм, технологій, акторів, музичних груп тощо).

Ми могли б наполягати, що холівар – суто мережеве явище. І пов'язане воно, без сумніву, з активністю гіперспільноти. Справа в цьому випадку в тому, що агенти гіперспільноти виявляються принципово «відлучені» від «відносності» істини, що неодмінно передбачає ієрархію, так чи інакше застосовану до предмета спору. Як наслідок, полемічна комунікація слугує не досягненню продуктивного компромісу або, тим більше, результату, що підлягає практичній адаптації, а виключно знаходить гіперспільноту як простір позарольової комунікації.

IV. Висновки

Соціальна самоідентифікація є одним з вирішальних факторів формування формату комунікації. У процесі формування спільнот на перший план виходить рольова самоідентифікація. Останнє твердження повною мірою стосується як «традиційних» співтовариств, так і віртуальних, що використовують для спілкування електронні середовища. У позамережевій комунікації рольова самоідентифікація має діахронний характер. У межах діахронної самоідентифікації відносини ролей регулюються ситуативними ієрархіями, зорієнтованими на глибинну ієрархію, що домінує. В умовах мережевої соціалізації формується *гіперспільнота*, у межах якої рольова самоідентифікація проблематизується синхронним хронотопом, якщо використовувати термін М. Бахтіна. Проблематизується ієрархічність – виникає потреба в позарольовій позиції і, відповідно, позарольовій комунікації. Ефекти позарольової комунікації й повинні стати основним предметом досліджень комунікативної соціалізації в електронних середовищах.

Список використаної літератури

1. Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства : учеб. пособ. Москва, 2010. 228 с.
2. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе : пер. с англ. А. Матвеева. Екатеринбург, 2004. 328 с.
3. Кончаковский Р. В. Сетевое интернет-сообщество как социокультурный феномен : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.06. Екатеринбург, 2010. 22 с.
4. Назарчук А. В. Сетевое общество и его философское осмысление. *Вопросы философии*. 2008. № 7. С. 61–75.
5. Орлов А. Ю. Организация виртуального сообщества в сети Интернет. *Информационные технологии*. 2008. № 8. С. 15–19.
6. Поправко В. Н. Закрытое Интернет-сообщество как форма коммуникации в виртуальном пространстве. *Вестник Томского государственного университета*. 2009. № 322. С. 52–54.
7. Рыков Ю. Г. Виртуальное сообщество как социальное поле: неравенство и коммуникативный капитал. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2013. Т. XVI. № 4 (69). С. 61–77.
8. Соловей А. П. Виртуальные сообщества как особая форма социальной интеграции. *Психология, социология и педагогика*. 2014. № 6. URL: <http://psychology.snauka.ru/2014/06/3341>.
9. Rheingold H. The virtual community. URL: <http://www.rheingold.com/vc/book/>.

Стаття надійшла до редакції 17.08.2017.

Белла М. В. К вопросу о коммуникационной природе виртуальных сообществ

В статье проанализирована спецификация понятия виртуального сообщества как с точки зрения традиционных представлений о сообществе, так и с точки зрения подходов к изучению интернет-сообществ в контексте исследования компьютерно-опосредованной коммуникации. С учетом вывода о преимущественности ролевой коммуникации в обоих случаях предпринята попытка обосновать востребованность понятия гиперсообщества как социально-коммуникативной структуры, обеспечивающей внерольовую (ролевую) коммуникацию.

Ключевые слова: виртуальное сообщество, социальная сеть, ролевая коммуникация, внерольовая коммуникация, гиперсообщество, олбанский язык, холливар.

Bella M. To the Question of the Communication Nature of Virtual Communities

Virtual community is one of the key concepts of the modern media science. There is a huge interest to the problem of computer-mediated communication. This concept also obviously needs to be clarified in terms of its scope, content, and its demand along with traditional sociology term «community».

The term «virtual community» belongs to Howard Rheingold. At the beginning of his famous work Rheingold describes the history of the formation of a community of parents. This description contains an important indication of the psychological component of virtual communication. The network helps people rallying around a single, absolute value for them. This is one of the possibilities of the theoretical specification of the concept of a virtual community.

The purpose of this article is to establish a qualitative difference between the virtual community and the community in the traditional, sociological sense of this concept.

We give only two examples, two communicative excesses, which in our opinion indicate activity of the hypercommunity. These are the «Olbanian» and «holivar». In support of this assertion is the fact that the language phenomena, we selected for analysis, have arisen and can arise only in the electronic communication. These are fundamentally irrelevant to any property out-of-network reasons and this gives us the basis for their description from the point of view of the hyper-community.

Social self-identification is one of the decisive factors in the formation of the communication format. In the process of forming communities, role self-identification comes to the fore. The last statement fully applies to both «traditional» communities and virtual ones, which use electronic environments for communication. In the off-net communication the role-based self-identification is diachronic. Within the limits of diachronic self-identification, role relationships are regulated by situational hierarchies that are oriented toward a deep, dominant hierarchy. In conditions of network socialization, a hyper-community is formed, within which role-based self-identification is problematized by a synchronous chronotope. The hierarchy is problematized – there is a need for an out of role-based position and out of role-based communication. The effects of out of role-based communication should become the main subject of research on communicative socialization in electronic environments.

Key words: *virtual community, social network, role-based communication, out of role-based communication, hypercommunity, Olbanian, holivar.*