

УДК 316.772.5

ИНТЕРНЕТ КАК ПРОСТРАНСТВО СОЦИАЛЬНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ: ОПЫТ РАЗЛИЧНЫХ ГРУПП ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Петренко Ольга Сергеевна – аспирантка кафедры философии и социологии Луганского национального университета имени Тараса Шевченко

В статье на основе результатов серии фокусированных групповых интервью с представителями различных социально-профессиональных групп г. Луганска показана обусловленность поведения интернет-пользователей характеристиками социальных групп, к которым они принадлежат, и спецификой Интернета как среды взаимодействий.

Ключевые слова: Интернет, интернет-сообщество, социальные сети.

У статті на основі результатів серії фокусованих групових інтерв'ю з представниками різних соціально-професійних груп м. Луганська показано обумовленість поведінки інтернет-користувачів характеристиками соціальних груп, до яких вони належать, та специфікою Інтернету як середовища взаємодій.

Ключові слова: Інтернет, інтернет-спільнота, соціальні мережі.

Using the results of series of focused group-interviews with members of different social groups of Lugansk, the author shows how behavior of internet-users is determined by the characteristics of social groups to which they belong and peculiarities of Internet as space of interactions.

Keywords: Internet, internet-community, social networks.

Необходимость понимания процессов в современном украинском обществе, связанных с распространением информационных технологий, делает актуальным исследование того, как особенности Интернета влияют на социальные взаимодействия его пользователей и как характеристики социальных групп, к которым принадлежат пользователи, отражаются на их поведении во Всемирной сети.

В ходе анализа социальных аспектов функционирования Интернета мы будем опираться на работы З. Баумана [1], М. Кастельса [2; 3], Г. Рейнгольда [4], Б. Уэллмана [5] и др. В украинской социологии уже есть работы, посвященные отдельным аспектам использования Всемирной сети. Многими исследователями освещены вопросы экономических (А. Максименко, В. Сова), политических взаимодействий в Интернете (Н. Корытникова, В. Николаевский, В. Омельченко, Э. Кац). Свой вклад в исследования социальных аспектов Сети внесли Е. Горошко, С. Коноплицкий и другие. Исследование различных аспектов социальных сетей, блогов проводились Л. Федорчуком, Т. Фисенко. Анализ использования Всемирной сети в нашей стране в зависимости от возраста, типа населенных пунктов, в которых проживают пользователи, провели Н. Бойко [6] и О. Гончарук [7]. Можно говорить о том, что социология Интернета как теория среднего уровня начинает формироваться в Украине. Однако, целостное осмысление феномена Всемирной сети и того, какие принципиально новые характеристики привнесет она в общественную жизнь, какова специфика поведения различных групп пользователей, еще далеки от завершения.

Целью статьи является выяснение влияния характеристик Интернета как пространства социального взаимодействия на поведение пользователей, а также особенностей использования Всемирной сети представителями различных возрастных и социально-профессиональных групп.

При этом мы будем опираться на данные исследования, которое было посвящено выявлению таких особенностей на примере различных групп пользователей г. Луганска. В ноябре 2011 года нами была проведена серия из 5 фокусированных групповых интервью. Участниками первой ФГ стали учащиеся 10-11 классов школ города; второй – студенты вузов; третьей – представители профессий, ориентированных на умственный труд, четвертой – представители рабочих профессий и торговли; и последней – представители городских отделений политических партий и общественных организаций. К участникам предъявлялось требование регулярного (не реже раза в неделю) пользования Интернетом. ФГ

были гетерогенны по полу; группы работников умственного труда, рабочих профессий и торговли были гетерогенны по возрасту. В группе политических активистов участвовали респонденты до 30 лет.

В качестве гипотезы нашего исследования выступало то, что *специфику поведения индивида* в Интернете будут определять два вида факторов. *Первые* – особенности Всемирной сети как специфического *субпространства общества*, т.к. ее своеобразие определяется не только техническими возможностями и процессами, но и ее способностью образовывать пространство, поле для существования в нем виртуальных социальных групп, организаций, их взаимодействия между собой; причем взаимодействие членов этих сообществ может как ограничиваться виртуальным пространством, так и выходить за его пределы. *Вторые* – это ценности, нормы, установки, потребности, которые следуют из социального опыта индивидов в реальной жизни, социально-профессиональной принадлежности, возраста и т.д.

Кратко остановимся на *специфических чертах Интернета*. К ним относятся *анонимность* (исключение составляют социальные сети) и *большая* (по сравнению с "реальным") *эгалитарность* виртуального социального пространства, *гипертекстуальность*. Кроме того, Интернет изменяет принципиальный механизм использования СМИ через предоставление возможности формировать контент (Web 2.0.), распространение социальных медиа (social media), т.е. распространение горизонтальной коммуникации, а также через возможность, и часто необходимость, самому искать и выбирать нужную информацию. Всемирная сеть предполагает, что ее *пользователь является активным субъектом*. Это подтверждают высказывания респондентов: "*Интернет учит тому, что свой контент ты строишь сам*" [И., м., 29, пресс-секретарь партии]; "*В Интернете выбор гораздо больший. Если в телевизоре мы включаем и смотрим то, что нам показывают, то в Интернете такой проблемы нет*" [Д., м., 22, студент]. М. Кастельс также указывает, что Всемирная сеть дает больше возможностей найти или создать для себя место, позицию в виртуальном социальном пространстве, найти единомышленников [2, с.73]. "*Знакомые (по Интернету – П.О.) у меня по интересам специфические; те, кто живет в небольших городах, вряд ли себе собеседника найдут*" [А., м., 24, юрист].

Интернет, сводя к минимуму затраты на социальные интеракции, связанные с преодолением *пространства*, позволяет взаимодействовать, не находясь физически рядом [3, с.335]. Его сетевые структуры, с одной стороны, необычайно расширяют возможности для взаимодействия, а с другой, делают связи поверхностными, делящимися только пока есть выгода, убирают компонент ответственности [1, с.128]. М. Кастельс и Б. Уелманн предлагают термин "сетевое индивидуализма", как типа социальной структуры при котором "именно индивидуумы строят свои сети, онлайнные и оффлайнные, основываясь на своих интересах, ценностях, склонностях и проектах" [2, с.157-158]. Впрочем, абсолютизация индивидуализма является немного преувеличенной, территориальные характеристики сообществ, характеристики индивидов как членов социальных групп продолжают играть значимую роль в детерминации их поведения.

Также Интернет изменяет *временные* характеристики социальных взаимодействий. Современные технологии увеличивают интенсивность контактов, поток информации, обрушивающийся на человека, скорость передачи данных и порождают ситуацию "всегда на связи". "*Интернет-доступ у меня лично 24 часа в сутки. <...>и на телефоне, и на ноутбуке, и на компьютере. Я не считаю себя интернет-зависимым человеком, просто исходя из специфики работы я привязана к нему*" [И., ж., 20, переводчик]. Особенно часто подобные высказывания звучали в ФГ студентов, представителей профессий умственного труда, т.е. людей, которые более всего зависят от доступа к информации. Доступ к Всемирной паутине порождает ощущение, что нужная информация всегда под рукой, мы всегда можем переслать или получить необходимые материалы. Это увеличивает изменчивость и непредсказуемость жизни, хотя и предоставляет возможности быстрого реагирования на перемены. В свою очередь, невозможность доступа к Интернету может порождать ощущение дискомфорта, оторванности, ограничения возможностей. "*Я привязана к Интернету. И его отсутствие заметно влияет на мою жизнь<...>*" [И., ж., 20, переводчик].

Чем же отличается характер интернет-сообществ, групп и интернет-аудиторий от подобных групп в реальности? Большинство современных сообществ – это предметы выбора, не существующие долго или не очень долго владеющие вниманием своих членов [1, с.213-215]. Подобный характер носят и интернет-сообщества. Г. Рейнгольд виртуальными называет сообщества, которые расположены в киберпространстве и поддерживаются и существуют исключительно благодаря online-взаимодействию [5, с.106]. Общая тенденция, которую можно наблюдать в работах З. Баумана, М. Кастельса, Б. Уеллмана, Г. Рейнгольда может быть отражена как тенденция "*движения к сообществам, организованным на общих интересах более, чем на общности места или предков*" [5, с.108]. Ярким примером подобных сообществ являются форумы: "*Тематические форумы по поводу ноутбуков, создания игрушек, музыки и так далее очень помогают, потому что там сидят люди, которые знают, что они делают, которые делают, то, что они пишут, все испробовали*" [А., м., 22, студент]. "*Каждый форум, в основном, является именно клубом*

по интересам" [А., м., 24, юрист]. Отметим, что из других высказываний респондентов было видно: большинство из них предпочитают просто читать определенные форумы и ресурсы, "блуждая" по Интернету, лишь некоторые отдают предпочтение чтению конкретных ресурсов; активное участие в формировании контента, модерировании и управлении принимают немногие.

Мы полагаем, что для того, чтобы считать определенную группу в Сети *интернет-сообществом*, она должна обладать определенными признаками: 1) наличие совместной деятельности или увлечения, характерного для членов сообщества; 2) определенная периодичность практик, совершаемых участниками для поддержания этой деятельности (выкладывание материалов, комментирование, общение); 3) наличие определенной культуры, в виде писанных и неписанных правил общения, иногда знаний и ценностей, разделяемых участниками, сложившейся структуры отношений, 4) идентичность членов.

Некоторые интернет-группы нельзя назвать интернет-сообществами в строгом смысле слова, это, например, интернет-аудитории, пользователи различных интернет-сервисов, пользователи ресурсов определенных организаций, социальных сетей.

В отличие от аудиторий, формируемых традиционными СМИ, *интернет-аудитории* позволяют получать обратную связь. То же можно сказать и об особенностях функционирования государственных органов, магазинов, электронных СМИ и т.д. в сети. *"Есть интернет-магазины, где люди оставляют свои комментарии на каждом товаре и, когда мы что-то выбираем, <> можно прочитать комментарии и определиться"* [Д., м., 21, студент]. Интересен тот факт, что абсолютное большинство респондентов всех групп, кроме политических активистов, указало на то, что не оставляет комментарии ни на каких сайтах, кроме социальных сетей, сайтов по просмотру кинофильмов и еще, изредка, YouTube и RuTube. Т.е., там, где преобладает общение в кругу знакомых или обстановка приватности, что характерно для социальных сетей, или там, где преобладает развлекательный характер деятельности. Отсюда следует, что возможность активности во Всемирной сети вовсе не ликвидирует опасности замыкания личности в приватной сфере и преобладания пассивного потребления. В большинстве респонденты предпочитали читать чужие комментарии или вообще их игнорировать. Рассматривая мотивы, удерживающие пользователей от комментирования, выделим следующие: регистрация на сайтах, которая требует затрат времени; люди уверены в его бесполезности из-за невозможности переубедить кого-либо или отсутствия обратной связи; нежелание ввязываться в бесплодные споры и интернет-троллинг.

Особый интерес представляет феномен *социальных сетей*, которые основываются на дублировании реальных социальных связей человека в виртуальном мире. Исходя из высказываний респондентов всех групп, можно заключить, что социальные сети имеют огромную популярность. Они изменили характер общения в Интернете, сместив акцент с непосредственного общения к поддержанию контактов через формальное установление связей и просмотр обновлений аккаунтов (фото, статусы, записи на "стене") и контента. *"По сравнению с предыдущими годами, сейчас само общение стало более мертвым, что ли. По той простой причине, что народу есть, чем еще заняться в тех же соцсетях помимо самого общения"* [А., м., 22, студент]. По данным М. Кастельса, при прочих равных условиях, у людей, пользующихся Интернетом, более широкие социальные связи, хотя очень часто их можно охарактеризовать как слабые, ненасыщенные [2, с.156]. "Такие связи выступают в качестве средства получения информации, повышения эффективности труда, проведения досуга, общения, гражданского участия, а также просто источника удовольствия. Большинство подобных слабых связей не зависят от пространственной близости и должны обеспечиваться какими-то средствами коммуникации" [2, с.154]. Участники ФГИ указывали на то, что в "списке друзей", например, в сети "ВКонтакте" у них находятся родственники, одноклассники, сослуживцы, друзья и просто знакомые; их общее число часто больше сотни, однако постоянно респонденты общаются лишь с немногими из них.

Рассмотрим особенности *отношения к Всемирной сети в зависимости от возраста и социально-профессиональных характеристик*. По результатам ФГИ со старшеклассниками отметим, что преобладают позитивные оценки Интернета. Негативный аспект, который отметили старшеклассники, состоял в том, что им *"друзей нельзя вытянуть погулять, они в "Контакте" сидят"* [М., м., 16, старшеклассник]. Даже во время общения в реальной жизни, из-за присутствия интернет-подключения на мобильном телефоне, многие совмещают пребывание в соцсетях и живое общение. Также как негативный школьный аспект отметили наличие порноматериалов. *"Они вводят одно слово, а там целый список порно-видео"* [К., ж., 17, старшеклассница]. Интернет у старшеклассников занимает значительную часть свободного времени. *"Когда приходишь домой, ты идешь к компьютеру, а не к книжке, не к телевизору. Есть, чем заняться, есть, где взять информацию, есть, с кем пообщаться"* [Е., м., 16, старшеклассник]. Кроме рациональных объяснений его привлекательности, прозвучали констатацией факта высказывания *"там есть то, что нас завлекает, тянет просто..."* [А., ж., 17, старшеклассница], *"затягивает"* [Е., м., 16, старшеклассник]. Студенты также оценивают Всемирную паутину, в основном, позитивно, хотя их

оценки и более взвешены. Ответственность за ее негативные эффекты они возлагают на самих пользователей. *"Интернет является инструментом. Поэтому, всё зависит от того, кто использует данные технологии, и для чего их использует <...>"* [А., м., 21, студент]. Представлен и взгляд на Всемирную сеть как на определенное общественное благо, ресурс информации и возможностей. *"Если представить себе, что всё, что там создаётся, создаётся людьми для того, чтобы другие люди могли это найти, то, да, на этой помойке можно найти всё, что нужно"* [Д., м., 22, студент].

Работающие люди чаще, чем студенты и школьники, отмечали позитивные и негативные аспекты, среди последних особо выделяя опасности для несовершеннолетних. Для представителей работников интеллектуального труда и политических активистов, характерно было, в основном, позитивное отношение к Интернету. Отметим, что большинство респондентов относились к возрастной группе до 35 лет, а в молодости люди более склонны позитивно воспринимать новации и легче к ним приспосабливаться. *"Я свою жизнь не могу представить без Интернета. Я ему отдаю полдня* [И., м., 29, пресс-секретарь партии]. *"Интернет, в моем понимании, – это свобода общения и доступа к информации"* [И., ж., 24, журналистка] Представители старших возрастных групп и рабочих профессий обычно были более сдержаны в оценках Всемирной сети.

Относительно использования Интернета нам удалось обнаружить следующие закономерности. Старшеклассники его используют преимущественно для досуга. Это общение в социальных сетях, прослушивание и скачивание музыки, фильмов. Участие в компьютерных играх характерно, в основном, для юношей. Далее следует использование Интернета для подготовки рефератов, написания сочинений и поиска готовых домашних заданий.

У студентов основной акцент в использовании Сети смещается на поиск информации. Интернет давно заменил студентам библиотеки. *"Сокращает намного время, которое ты потратишь, даже если просто пойдешь в библиотеку; <...> возьмешь информацию в том объеме, в котором ты даже в библиотеке не найдешь"* [Т., ж., 19, студентка]. Сохраняется высокая вовлеченность в общение в социальных сетях, скачивание музыки, фильмов. Расширяется использование Интернета для заработка: *"<...>потом я начал зарабатывать деньги в Интернете, документы переделывал"* [И., м., 18, студент].

Взрослые пользователи склонны использовать Всемирную сеть в профессиональных целях, однако, характер использования информации и коммуникаций в ней для различных профессий различается. У представителей профессий умственного труда он более ориентирован на получение развернутой текстовой информации. *"Я очень много книг ищу"* [М., ж., 27, психолог]. *"Использование сайта Верховной рады с законодательством. <...> сейчас использую виртуальный офис, т.к. мне удобнее дома работать"* [А., м., 24, юрист]. Представители политических сил и общественных организаций делали акцент на использовании Интернета как канала циркуляции информации. *"Кто-то через социальные сети, блоги распространяет информацию <...> в регионе есть 20-25 сайтов, которые ежедневно обновляют свою новостную ленту. Есть сообщения, месседжи, можно отследить, что там заявили партии. Тем самым я складываю картину мониторинга. <...>И параллельно сам веду свой twit"* [И., м., 29, политический активист]. *"Самое основное – это рассылка, связь, потому что у партии есть ячейки в каждом городе, районе, нужно держать связь, <...>, проще рассылать директивы, задания и прочее. Этим пользуются все политические партии, все большие компании и филиалы"* [А., м., 28, лидер молодежной организации]. Для представителей рабочих профессий и торговой сферы в профессиональном плане Интернет оказался куда менее значимым, сфера его использования лежит скорее в сфере досуга. *"Мне не нужен Интернет для того, чтобы я работал и качественно выполнял свою работу"* [В., м., 21, торговая сфера]. *"Я Интернетом пользуюсь только по работе, чтобы узнать расценки, и не более"* [К., м., 19 лет, строитель]. Работниками управления Всемирная сеть используется в профессиональном плане для пересылки информации и организации деятельности. *"Мы – туристическое агентство. Мне нужно подобрать человеку путевку, отель, как он питаться хочет, отдыхать"* [М., м., 25, менеджер]. *"Нужны сайты организаций – узнать телефон или адрес"* [А., м., 30, менеджер среднего звена].

Что касается использования Интернета в экономической составляющей повседневной жизни, отметим следующее. Примерно половина старшеклассников и студентов или сами пользовались интернет-магазинами, или это делал кто-либо из их окружения. Политактивисты и работники умственного труда чаще пользовались ими, чем работники физического труда, торговли и обслуживания. Из всех участников исследования интернет-аукционами пользовалось только два человека. Сайты поиска работы и заработок через Всемирную сеть, как и ожидалось, оказались более знакомы молодым участникам фокус-групп, двое из них даже использовали подобные сайты для подбора кадров.

Итак, Интернет становится своего рода субпространством общества, куда "прорастают" старые и образуются новые виды социальных взаимодействий в сфере досуга, массовой коммуникации, экономики,

политики, образовательных и профессиональных практик, где образуются интернет-сообщества, аудитории и другие группы, чей характер отличается от подобных групп в реальности. На характер поведения интернет-пользователей влияют два вида факторов: специфика Всемирной сети как среды взаимодействия и социальные характеристики групп, к которым относятся индивиды. К первому относятся: 1) отсутствие пространственных издержек взаимодействий; 2) формирование интернет-групп и сообществ (относительно недолговечных и выступающих предметом выбора пользователя) на основе общности интересов; 3) расширение возможностей установления социальных связей и уменьшение компонента ответственности в них как следствие анонимности и индивидуализма; 4) увеличение ресурсов для получения и обмена информацией; 5) большие возможности для активности, которые, впрочем, не гарантируют автоматического включения в производство информации и не избавляют от опасности замыкания в приватной сфере и пассивном потреблении. Относительно второго вида факторов, отметим, что молодой возраст, более высокое образование и творческий, умственный характер профессиональной деятельности коррелируют с более разносторонним использованием возможностей Интернета.

Литература:

1. Бауман З. Текущая современность / Зигмунт Бауман; [пер. с англ. под ред. Ю.В. Асочкова]. – СПб.: Питер, 2008 – 240 с.
2. Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс; [Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновой]. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. – 328 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура/ М Кастельс; [Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана] – М.: Гос. ун-т. Высш. шк. экономики, 2000. – 606 с.
4. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция / Говард Рейнгольд; [Пер. с англ. А. Гарькавого]. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2006. – 416 с.
5. Allison Cavanagh Sociology in The Age of The Internet / Allison Cavanagh – Maidenhead, Open University Press, 2007 – 224 с.
6. Бойко Н. Українці в Інтернеті : інтереси та пріоритети використання мережі / Н. Бойко // Українське суспільство 1990-2010. Соціологічний моніторинг – К., 2010 – С. 356-363.
7. Гончарук О. Інтернет-простір поселенських структур в Україні / О. Гончарук // Українське суспільство 1990-2010. Соціологічний моніторинг – К., 2010 – С. 364-371.