

На правах рукописи

Смирнова Ирина Александровна

**ИНТЕРНЕТ КАК ФАКТОР СУБКУЛЬТУРЫ
ВИРТУАЛЬНОГО СООБЩЕСТВА**

**Специальность 24.00.04
“Прикладная культурология”**

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата культурологии**

**Санкт-Петербург
2000**

Диссертация выполнена на кафедре социальной психологии Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов

Научный руководитель:

Заслуженный деятель науки РФ, доктор философских наук, профессор Борис Дмитриевич Парыгин

Официальные оппоненты:

доктор педагогических наук,
профессор Аркадий Васильевич Соколов

кандидат психологических наук,
доцент Марина Васильевна Оленникова

Ведущая организация:

Санкт-Петербургский университет культуры и искусств

Защита состоится 28 июня 2000 года в 14 часов на заседании Диссертационного Совета К 021.05.01 в Санкт-Петербургском гуманитарном университете профсоюзов по адресу: 192238, Санкт-Петербург, ул. Фучика, д. 15.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов.

Автореферат разослан “27” мая 2000 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат педагогических наук

М.Э. Бутенко

1. Общая характеристика работы

Актуальность исследования. Новые средства массовой коммуникации (кабельные сети, спутниковая связь, Интернет, цифровое телевидение, оптоволоконная связь и т.п.) предоставили возможность почти всему человечеству стать непосредственными свидетелями и участниками историко-культурного процесса, разворачивающегося на планете.

Происходящее с помощью техники и мощных информационных потоков приобщение к массовой культуре, формирование в масштабах не только отдельных стран, но и мировой цивилизации единой аудио-визуальной культурной среды оказывают влияние на изменения в обществе. Благодаря новой информационной технике сегодня меняется характер самого труда, быта, досуга, образования, общения.

На сегодняшний день глобальная компьютерная сеть Интернет в России развивается чрезвычайно интенсивно. По данным исследовательской компании Gallup Media около 1,7 млн. россиян ежемесячно обращаются к Интернету, что составляет 3,2% взрослого городского населения, около 340 тыс. человек - суточная российская аудитория Интернет. За последние несколько лет наметилась тенденция резкого увеличения пользователей сети Интернет. Таким образом, сеть Интернет из дорогого удовольствия для небольшой элитной аудитории способна со временем превратиться в предмет массового потребления.

Актуальность избранной темы обусловлена возникающими противоречиями между потенциальными возможностями сети Интернет как фактора субкультуры виртуального сообщества и реальным процессом их использования в формировании культуры общества.

По мнению ряда зарубежных авторов (Х. Шрадер, М. Арчер и др.), благодаря глобализации (процессу, который приводит к охватывающему весь мир связыванию структур, культур и институтов) национальная идентичность и внутренняя мораль теряют свое былое значение. Интернет является одним из факторов, под воздействием которого намечается тенденция интеграции национальных культур в мировые культуры.

Сеть Интернет сегодня обладает важной социальной функцией, которую не могут реализовать иные средства массовой коммуникации. В различных своих системах (сервера, телеконференции, чаты, IRC, ICQ и др.) она дает обширное пространство для общения, поле для формирования отношений, отличных от принятых в реальном мире.

Пространство виртуальной коммуникации Интернета может быть оценено как один из актуальных факторов молодежной социализации, т.к. пользователи сети Интернет – это молодые люди от 16 до 30 лет. Возникает противоречие между возникновением новых горизонтов свободного виртуального общения и, вместе с тем, угрозой свертывания реального общения. Для некоторых представителей субкультуры глобальная компьютерная сеть Интернет уже превращается в образ жизни, что приводит к негативным последствиям - Интернет-зависимости. Кризис идентичности в молодом возрасте приводит к поиску себя в виртуальном пространстве (Кимберли С. Янг).

Вышеперечисленные серьезные социокультурные, философские и психологические проблемы влияния Интернета на тенденции развития культуры во всех ее проявлениях (этнической, духовной, нравственной, коммуникативной и проч.) не изучены в должной мере. Этим и обусловлен интерес исследователей (культурологов, социологов, философов, психологов и др.) к глобальной компьютерной сети Интернет как фактору влияния на человека и социум.

В диссертационном исследовании, посвященном изучению Интернета как фактора субкультуры виртуального сообщества, рассматривается вопрос о тенденциях влияния Интернета как на реальную коммуникативную культуру российского общества, так и на субкультуру виртуального сообщества.

Разработанность темы. Общая концептуальная разработка проблем, связанных с феноменом становления информационного общества была начата в 70-е годы 20 века западными футурологами Дж. Гэлбрейтом, О. Тоффлером, П. Дракером, Д. Беллом и другими. Особенностью этих исследований является анализ возможных социальных последствий «информационной революции». В настоящее время многое из того, что было предсказано в 70-80-е годы, обретает реальные черты.

Приблизительно с начала 1990-х годов философы, социологи, психологи и лингвисты начали изучать Интернет как фактор влияния на человека и социум. На Западе в последнее десятилетие изучение различных аспектов влияния Интернета на социум и личность происходит чрезвычайно интенсивно. Достаточно упомянуть такие имена, как П. Бурдьё (P. Bourdieu), Х. Рейнголд (Howard Rheingold), Д. Спроул (D. Sproull), Д. Бодрийар (J. Baudrillard), Ф. Киеслер (F. Kiesler), Фон Роспак (Von Rospaq), Э. Л. Лоулей (E. L. Lawley), Юдит С. Донат (Judith S. Donath), Д. Боллиер (D. Bollier), Ф. Стакдер (F. Stakder), Л. Гартон (L. Garton), Д. Сулер

(D. Suler), Кимберли С. Янг (Kimberley S. Young), Е. Вин (E. Wynn), Ш. Таркл (Sh. Turkle), П. Келли (P. Kelly), Е. Рейд (E. Reid), Х. Шрадер (H. Schrader), У. Эко (Umberto Eco) и др.

В России исследования философского осмысления информатизации общества проводятся А.И. Ракитовым, Р.И. Цвылевым, И. С. Мелюхиным, С. В. Красовских, в лабораториях ЦЭМИ РАН и др. организациях. Большой интерес у исследователей вызывают вопросы философского и культурологического осмысления виртуальной реальности (А.И. Каптерев, Н.А. Носов и др.). Социологи исследуют проблемы развития структур гражданского общества под влиянием Интернета (А. А. Родионов). Пристальное внимание ученых уделяется новым общественным группам и социальным явлениям, появившимся под влиянием развития Интернета, взаимодействию Интернета и социальной структуры современного общества (А. Шадрин).

Исследования содержания Интернета и его влияния на многие формы, типы социального общения постепенно будут образовывать новые направления социологических исследований по причинам важности изучения данных вопросов (Б. Докторов, А. Шадрин и др.). Интенсивно разрабатываются социально-психологические проблемы виртуальной коммуникации (Д. Сатин, А. Е. Войскунский, А. Жичкина, Е. Белинская, В. Нестеров, Н. Петрова и др.).

Однако тема диссертации является совершенно новой для отечественной культурологии, т.к. особенности влияния Интернета на человека и социум в целом, и особенно на субкультуру виртуального сообщества в частности пока не стали предметом специального исследования.

Целью данного диссертационного исследования является определение культурологических аспектов влияния сети Интернет на формирование субкультуры виртуального сообщества.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Охарактеризовать специфику сети Интернет как фактора социокультурного влияния,
2. Оценить дальнейшие возможности в изучении сети Интернет как социокультурного явления,
3. Определить понятие, структуру и специфику субкультуры виртуального сообщества,
4. Выявить тенденции, характеризующие последствия влияния Интернета на субкультуру виртуального сообщества,
5. Дать портретную характеристику субъекта данной субкультуры.

Объект и предмет исследования. Виртуальное сообщество является новым **объектом исследования**. В данной работе в качестве **предмета исследования** рассматривается Интернет как фактор влияния на субкультуру виртуального сообщества, представителями которой являются группы пользователей Интернета, использующих различные инструментальные средства и возможности общего интерактивного информационного пространства (списки рассылки, телеконференции, веб-форумы, чаты и проч.).

Гипотезы исследования:

1. Интернет выступает фактором формирования социального сообщества, которое является специфическим субъектом культуры.
2. Психологическая и социально-культурная природа данного феномена заключается в интенсификации межкультурных контактов и кризисе идентичности определенной части молодежи.
3. Видимо у членов данной группы сильно развивается чувство принадлежности к виртуальному сообществу.
4. Есть основания предполагать, что Интернет является одной из важнейших сфер самореализации личности.

Теоретико-методологической основой данного диссертационного исследования послужили труды по общим вопросам теории и истории культуры, прикладной культурологии, философии культуры, социологии культуры, социальной психологии, социальной философии, социальной информатики, теории и социологии массовых коммуникаций, социологии молодежи, авторами которых являются Г.М. Бирженюк, П. Бурдые, Д. Бэлл, В.И. Вернадский, Дж. Гэлбрейт, П. Дракер, Б.С. Ерасов, А.С. Запесоцкий, С.Н. Иконникова, Л.Г. Ионин, М.С. Каган, А.И. Каптерев, Э. Леруа, Г. Маклюэн, А.П. Марков, Г. Маркузе, Н.А. Носов, Э.А. Орлова, Б.Д. Парыгин, А.И. Ракитов, А.В. Соколов, А. Урсул, П. Тейяр де Шарден, О. Тоффлер, Ю. Хабермас, Р. Цвелев, Т.Е. Шехтер, В.А. Ядов, К. Ясперс и др.

В процессе работы применялись следующие **методы исследования:**

1. Библиографическое исследование с целью отбора источников фактографической и концептографической информации, связанных с темой диссертационного исследования.
2. Критическое изучение литературных источников по теории Информационного Общества, Интернет-технологиям, по социологии молодежи, социальной психологии, культурологии, социологии, прикладной культурологии, философии культуры, социологии культуры, социальной философии, социальной информатики и проч.
3. Системный анализ особенностей компьютерно опосредованного общения в интерактивной среде Интернет.
4. Метод контент-анализа документальных источников по теме диссертационного исследования.
5. Анализ результатов социологических исследований субкультуры виртуального сообщества в сети Интернет.
6. Проведение пилотажного исследования по выявлению ценностных ориентаций субъектов данной субкультуры.

Научная новизна исследования. В диссертационной работе впервые в отечественной науке на основе достижений современного гуманитарного знания (прикладной культурологии, философии культуры, социологии, социальной антропологии, социологии культуры, социальной психологии, социальной информатики) исследуется влияние Интернета на отечественную коммуникативную культуру и на виртуальное сообщество, в связи с чем представлена характеристика субкультуры виртуального сообщества, эффект влияния сети Интернет на нее, дано определение понятию «субкультура виртуального сообщества», проведен анализ и раскрыта сущность данной субкультуры. Впервые использован социокультурный подход к изучению данного феномена.

Практическая значимость. Материалы диссертационного исследования могут быть использованы в учебном процессе:

- в курсах «Культурология», «Социальная психология», «Социология культуры», «Социально-культурные технологии»;
- при разработке специального курса «Виртуальная культура»; «Маркетинговые исследования в Интернете», «Информационные ресурсы Интернета»;
- при информационно-библиографическом обслуживании;
- при написании курсовых и дипломных работ.

На защиту выносятся следующие положения:

- 1 Обоснование субкультуры виртуального сообщества как совокупности интегральных характеристик поведенческих, аксиологических, мотивационных, языковых, мировоззренческих и др. форм, моделей и способов коммуникации, присущих субъектам данной субкультуры, находящимся в компьютерно опосредованной и вместе с тем психологически непосредственной связи друг с другом в киберпространстве.
- 2 Особенности Интернета как фактора субкультуры виртуального сообщества:
 - Интерактивность: возможность взаимодействия пользователей друг с другом в режимах on-line или off-line;
 - Анонимность (“невидимость”) коммуникатора: при виртуальной коммуникации пользователи пока преимущественно обмениваются текстовой информацией; анкетные данные, которые возможно узнать о собеседнике недостаточны для реального адекватного восприятия личности;
 - Возможность самопрезентации: более подробную информацию каждый пользователь предоставляет остальным коммуникаторам исключительно по своему выбору (пол, возраст, социальный статус и др.);
 - Возможность решения проблем, связанных с кризисом идентичности: самореализация личности, проигрывание ролей, которые в реальной жизни недоступны;
 - Отсутствие правового регулирования, приводящее к информационной неподконтрольности и безцензурности, поэтому на сегодняшний день Интернет является свободной либеральной средой;
 - Полифункциональность сети Интернет: это и самое большое хранилище электронных документов, превышающее 100 млн. единиц, и всемирная библиотека, и архив, и информационное агентство, доступное всем пользователям без учета пола, возраста, образования и проч.

Апробация результатов исследования. Основные положения и выводы диссертационной работы были изложены в 5 научных публикациях. Кроме того, основные теоретические положения и результаты исследования докладывались на Третьей Санкт-Петербургской ассамблее молодых ученых и специалистов (Санкт-Петербург, 1998), научной конференции «Виртуальное пространство культуры» (Санкт-Петербург, 2000 г.), на XXIX межвузовской научно- методической конференции преподавателей

и аспирантов (Санкт-Петербург, 2000), на научно-практической межвузовской конференции “Гуманитарное образование: традиции и новации” (Санкт-Петербург, 2000).

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, списка использованной литературы (211 наименований) и 9 приложений. Объем диссертации 159 страниц.

2. Основное содержание работы

Во **введении** дана общая характеристика работы, описаны актуальность, ее новизна и состояние разработанности данной темы. Раскрыты цель, задачи, объект и предмет, методы и принципы исследования, описана структура работы, предполагаемые результаты работы и ее практическая значимость.

Первая глава посвящена методологическим и теоретическим предпосылкам исследования сети Интернет как фактора субкультуры виртуального сообщества.

В параграфе "**Интернет как фактор влияния и предмет научного исследования**" дается обзор и критический анализ концепции информационного общества, которая является разновидностью теории постиндустриального общества (Д. Белл, О. Тоффлер, Г. Маркузе, Ф. Махлуп, Дж. Гэлбрейт, П. Дракер, Р. Цвылев и др.). Эта социологическая и футурологическая концепция полагает главным фактором общественного развития производство и использование научно-технической и другой информации. Ноосферная концепция устойчивого развития (Э. Леруа, П. Тейяр де Шарден, В.И. Вернадский, А.Д. Урсул) органично связана с достижениями информатики и ее дальнейшим прогрессом, в том числе и с развитием и внедрением глобальной компьютерной сети Интернет. Ноосфера реализуется через все, что связывает людей между собой (культура, религия, информационные сети и т.д.) Возможно, Интернет станет инструментом для самоорганизации мировой системы (С. Капица). В данном параграфе обзревается история развития и основные направления исследования сети Интернет.

На сегодняшний день в России исследования влияния Интернета на все аспекты деятельности человеческого социума пока еще не приобрели массового характера. Но многие исследователи (Е. Белинская и др.) полагают, что необходим комплексный анализ сети Интернет как определенного пласта культуры. В основном

изучают Интернет небольшие разрозненные группы ученых в различных научно-исследовательских и учебных организациях.

К философским и общеметодологическим проблемам относятся изучение влияния интернет-технологий на становление, развитие информационного общества в России и проблемы глобализации социума (А. Шадрин). В изучении влияния Интернета на социум ведущее место занимают проблемы развития структур гражданского общества под воздействием глобальной компьютерной сети; исследование новых общественных групп и социальных явлений, появившихся в сети Интернет, в том числе и изучение субкультуры виртуальной общности (М. Сухарев).

К политологическим и правовым вопросам относятся проблемы развития и функционирования политических партий в Интернете, изучение социальных конфликтов и правозащитной деятельности в условиях информационного общества, а также вопросы, касающиеся регулирования правоотношений в глобальной компьютерной сети Интернет.

Для культурологов, лингвистов, социологов, психологов и др. представляет большой интерес изучение виртуальной коммуникации. Необходимо исследовать развитие языковой среды и речевую деятельность в Интернете. Недостаточно изучена психология поведения человека в виртуальном пространстве Интернета, а именно: психологические особенности и механизмы усвоения информации в Интернете; социально-психологические аспекты развития личности в условиях интенсивного общения опосредованного интерактивной средой Интернета и многое другое. (О. Арестова, Л. Бабанин, А. Войскунский.)

В данном параграфе анализируется теория М. Маклюэна применительно к новейшим компьютерным технологиям, в том числе, и к Интернету. Одним из главных тезисов его культурологической концепции является положение о "глобальной деревне», которое подтверждается тенденцией к ликвидации государственных границ, уничтожению языковых барьеров и аннулированию гигантских расстояний между континентами. Еще один тезис М. Маклюэна о том, что коммуникационные технологии в процессе становления и развития человека являются средством "продолжения" и "расширения" человеческих возможностей движения и зрения, т.е. отдельных способностей человека полностью применим к Интернету.

Современные достижения в развитии коммуникационных средств открыли новые возможности для социально-экономической деятельности, что приводит к формированию новой среды - "сетевой экономики" (networked economy) (С. Паринов). По мнению

некоторых исследователей (Р. Цвылев и др.), это повлечет за собой эволюцию современных экономических систем, к развитию нерыночных механизмов регулирования и сетевых организационных структур. Есть все основания предположить, что пока еще не очень четкие, но взаимосвязанные образы Информационное Общество -- Сетевая Экономика -- Сетевая Организация указывают на начало процесса очередного изменения доминирующей формы социально-экономической организации общества.

Наблюдения за социально-экономическими приложениями современных информационно-коммуникационных технологий показывают, что в виртуальном пространстве сети Интернет происходят следующие изменения: - "работа" становится "телеработой", которую можно выполнять в режиме "телеприсутствия"; - торговля превращается в "электронную коммерцию", средство платежа - в "цифровую наличность", а бизнес - в "электронный бизнес"; - поддержание контактов основано на использовании электронной почты, ICQ и др., а обсуждения принимают вид телеконференций, веб-форумов, чатов и т.п.; - "работа в коллективе" основывается на "компьютерных средствах коллективной работы" (С. И. Паринов).

Особенностями Интернета как субъекта правоотношений являются следующие: сложный, множественный субъектный состав; участники правоотношений в Интернете обладают разным правовым статусом, нормативное описание которого часто не совпадает с общепринятыми классификациями юридических и физических лиц; в большинстве случаев субъекты таких правоотношений находятся в разных юрисдикциях (в Интернете нет географических границ). Вследствие отсутствия правового регулирования возникает ситуация отсутствия цензуры и контроля со стороны государства (М.В. Якушев).

Нами выявлены особенности сети Интернет как фактора субкультуры виртуального сообщества.

- Интерактивность: возможность взаимодействия пользователей друг с другом в режимах on-line или off-line;
- Анонимность ("невидимость") коммуникатора;
- Возможность самопрезентации;
- Возможность решения проблем, связанных с кризисом идентичности;
- Отсутствие правового регулирования приводит к информационной неподконтрольности и безцензурности, поэтому на сегодняшний день Интернет является свободной либеральной средой;
- Полифункциональность сети Интернет и проч.

В параграфе **"Субкультура виртуального сообщества: понятие, структура и специфика"** был проведен анализ понятия «субкультура» (Т. Роззак, Ч. Рейч, М. Брейк, Н. Смелзер, М. Мид, Г. Маркус, Д. Хебдидж, И. Набок, Т. Щепаньска, Б. Филлипс, А. Запесоцкий С. Иконникова, И. Сундиев, Н. Саркитов, С. Матвеева, И. Андреева, В. Гришин, и др.). В данной диссертационном исследовании субкультура определяется как «своеобразная целостная «картина мира», разделяемая группами людей, преобразующих ее в нормы, интересы, ценности и представления о смысле жизни» (К. Б. Соколов).

Интерпретация понятия «виртуальная реальность» (Д. Ланье, Н. Носов, В. Бабенко, С. Иконникова) весьма затруднена. "Это некий искусственный мир, в который погружается и с которым взаимодействует человек, причем создается этот мир технической (преимущественно электронной) системой, способной формировать соответственные совокупности стимулов в сенсорном поле человека и воспринимать его ответные реакции в моторном поле. (В. С. Бабенко).

Впервые понятие «виртуальное сообщество» в научный обиход ввел Ховард Рейнголд (1988 г.). «Виртуальные сообщества являются социально-культурными образования, которые возникают и развиваются, когда достаточное количество людей вступают в публичные дискуссии со значительным проявлением человеческих чувств и эмоций, таким образом, формируя личные взаимоотношения в киберпространстве".

В диссертационном исследовании дано определение понятия «субкультура виртуального сообщества», которая является интегральной характеристикой поведенческих, аксиологических, языковых, мировоззренческих и др. форм, моделей и способов коммуникации, присущих субъектам данной субкультуры, находящимся в компьютерно опосредованной и вместе с тем психологически непосредственной связи друг с другом в киберпространстве.

Любая субкультура имеет основные структурные компоненты. К ним относятся определение субъекта субкультуры, ценностные ориентации, мотивы субъектов субкультуры, их нормы поведения, обычаи, мода, язык и прочее. В диссертационном исследовании дан развернутый анализ важнейших составляющих структуры субкультуры виртуального сообщества.

Носителями (субъектами) субкультуры виртуального сообщества являются пользователи сети Интернет. Подростки и молодые люди до 30 лет составляют основную часть активных

пользователей (коммуникаторов) в Интернете, и в этом смысле пространство Интернет может быть оценено как один из актуальных факторов социализации. Одной из значимых задач социализации, особенно в молодом возрасте, является поиск и поддержка позитивной социальной идентичности.

В диссертации проведен всесторонний анализ философии киберпанка, идеологами которой являются У. Гибсон, Б. Стерлинг, Н. Стефенсон и др. Можно выделить две ключевых группы участников, которые составляют ядро субкультуры виртуального сообщества. Первая группа включает специалистов по компьютерам и других исследователей, связанных с первыми проектами по разработке сетей, такими как ARPANet; компьютерщиков-любителей или "хакеров", которые часто посещают системы досок объявлений и другие корневые компьютерные сети (такие как FidoNet), а также ответственных за создание и поддержание работоспособности компьютерных систем и сетей. Другой группой пользователей субкультуры виртуального сообщества являются активисты "контркультуры" в стиле 1960-ых годов.

"Нетикет" (сетевой этикет), "флэйминг" (враждебная реакция на пользователя, нарушающего правила поведения) и "нюби" (новичок) относятся к часто неписаным, но повсеместно насаждаемым в Интернете правилам поведения. (Rinaldi, 1992; Templeton, 1991; Von Rospaq, 1991). Данные нормы являются показателями важности индивидуально вырабатываемого, но коллективно эффективного метода регулирования поведения (габитус) (П. Бурдьё).

Субкультура виртуального сообщества строится на специфическом способе общения - компьютерно - опосредованной коммуникации (computer-mediated communication). Данная общность неоднородна. Не существует единой, монолитной сетевой субкультуры. Это более похоже на мозаику субкультур (А. Моль). Она включает в себя и субкультуру киберпанков, и фидошников и многие другие субкультуры.

В параграфе **"Программа исследования Интернет как фактора субкультуры виртуального сообщества"** определены цели и задачи, сформулированы гипотезы, представлена проблема исследования. В диссертационном исследовании представлена разработка плана исследования, который предполагает несколько этапов. Исследование проводилось с ноября 1997 г. по март 2000 г. На первом этапе проводился анализ различных литературных источников. На втором этапе проводился системный анализ предмета исследования и операциональных определений,

формулировались новые. Изучались и подвергались анализу следующие понятия: субкультура, виртуальная реальность, виртуальное сообщество, виртуальная коммуникация. На основе проведенного анализа вводилось понятие “субкультура виртуального сообщества” и давалось ему определение. На третьем этапе разрабатывалась схема эмпирической части исследования и способ формирования выборки респондентов. Для выполнения поставленных задач необходимо было изучить три группы респондентов для выявления чистого эффекта влияния сети Интернет на общность, отделив эффект компьютерного влияния. Поэтому сравнивались следующие группы:

1. Пользователи Интернет - виртуальная группа, которая является субкультурной общностью. (chat-room <http://www.chat.ru>) (экспериментальная группа).
2. Пользователи Интернет, которые не взаимодействуют между собой в виртуальном пространстве. (Интернет-кафе) (контрольная группа).
3. Не пользователи Интернет, но пользователи компьютеров (Компьютерный клуб Арена) (контрольная группа).

Существенным различием между «Виртуальной группой» и двумя другими является то, что в «Виртуальной группе» происходит только компьютерно-опосредованный контакт, в то время, как группа «Интернет-кафе» и «Компьютерный клуб» являются группами с непосредственным межличностным контактом (face-to-face).

Выборка составила 1200 человек. Исследование проводилось с помощью опросов и визуального наблюдения. Опрос проводился путем анкетирования трех групп респондентов. Две группы (Интернет-кафе и Компьютерный клуб) опрашивались традиционным методом анкетирования на месте. Виртуальная группа опрашивалась путем расположения опросников на ведущих сайтах российской части Интернета. На основе анализа полученных данных определялось подтвердились или нет выдвинутые гипотезы. Далее описывался эффект идентичности в Интернете, и описывались особенности данной субкультуры и составлялась интегральная портретная характеристика субъекта субкультуры виртуального сообщества.

Вторая глава посвящена опыту и результатам эмпирического исследования сети Интернет как фактора субкультуры виртуального сообщества. Глобальная компьютерная сеть Интернет является фактором формирования киберпространства, в котором возникает и

развивается субкультура виртуального сообщества. Термин "киберпространство" характеризует социальное виртуальное пространство, используемое в технологиях компьютерно-опосредованной коммуникации (Von Rospaq, 1991). Виртуальное сообщество привлекает исследовательские интересы представителей культурологической, социологической и психологической науки преимущественно за рубежом, проводятся отдельные или достаточно систематические опросы пользователей компьютерных сетей.

В параграфе **“Эффект идентичности в Интернете”** рассматривается связь реальной социально-психологической идентичности с виртуальной идентичностью субъекта субкультуры виртуального сообщества. Интернет может рассматриваться как один из актуальных факторов молодежной социализации. Кризис идентичности в молодежной среде, приводит к тому, что некоторая часть молодежи осуществляет поиск себя в виртуальном пространстве. Проблематика идентичности в исследованиях виртуальной реальности представлена достаточно обширно в западном научном сообществе (J. Donath, J. Suler, B. Becker и др.)

Реальный социальный мир традиционно жестко объективен и структурирован, он исходно задает человеку рамки для самокатегоризации, ограничивая его как социальный объект (границами пола, возраста, национальности, профессиональной принадлежности и пр.); виртуальное пространство принципиально безгранично, и, следовательно, необходимым условием существования в нем является решение задачи самоопределения, поиска идентичности, которое возможно двумя путями:

1. через перенос в виртуальное пространство соответствующих и наработанных в социальном мире ролей и статусов (пола, возраста и пр.), то есть через виртуальную реконструкцию психо-социальной и культурной идентичности;
2. через формирование себя в виртуальном пространстве как активного субъекта, то есть через конструирование виртуального персонажа.

Представляется, что участие в компьютерно-опосредованной коммуникации может оказывать влияние на реальную идентичность различными способами. Интернет благодаря существованию в нем множества различных сообществ (чатов, телеконференций и проч.), а также благодаря тому, что он сам по себе является социальной реальностью, предоставляет новые по сравнению с реальной жизнью возможности принадлежности к определенным социальным категориям (J. Donath). Такие особенности компьютерно - опосредованной коммуникации в Интернет, как анонимность,

невидимость, безопасность и ограниченный сенсорный опыт (J. Suler), порождают уникальную возможность экспериментирования с собственной идентичностью. Анонимность позволяет пользователям Интернета создавать виртуальную идентичность, которая часто отличается от реальной идентичности.

В виртуальной коммуникации, благодаря невидимости пользователя, не выражены те признаки, которые связаны с внешним обликом и служат основой социальной категоризации в реальном общении. Предпочтение анонимности может быть результатом неудовлетворенности социальной категоризации в реальном общении. Б. Бекер называет возможность "убежать из собственного тела" одним из главных факторов, мотивирующих участие в компьютерно-опосредованной коммуникации в Интернете.

Желание тотальной анонимности может выражать неудовлетворенность реальной идентичностью, а именно, теми ее сторонами, которые в виртуальной коммуникации отсутствуют - пол, возраст, социальный статус, этническая принадлежность, внешняя привлекательность.

В параграфе **«Особенности виртуального сообщества»** на основе проведенного исследования раскрывается тезис о том, что особенности виртуального сообщества раскрываются, прежде всего, в специфике виртуальной коммуникации. Она, в свою очередь, характеризуется следующими чертами: анонимность; своеобразие протекания межличностной коммуникации в условиях отсутствия невербальной информации; стремление к нетипичному, девиантному поведению; обман в виртуальном пространстве и т.д.

1. Анонимность. Несмотря на то, что иногда возможно получить некоторые сведения анкетного характера и даже фотографию собеседника, они недостаточны для реального и более менее адекватного восприятия личности. Кроме того, наблюдается сокрытие или презентация ложных сведений. Вследствие подобной анонимности и безнаказанности в сети проявляется и другая особенность, связанная со снижением психологического и социального риска в процессе общения – аффективная раскрепощенность, ненормативность и некоторая безответственность участников общения. Человек в сети может проявлять и проявляет большую свободу высказываний и поступков (вплоть до оскорблений, нецензурных выражений, сексуальных домогательств), так как риск разоблачения и личной отрицательной оценки окружающими минимален.
2. Свообразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации. Как правило,

сильное влияние на представление о собеседнике имеют механизмы стереотипизации и идентификации, а также установка как ожидание желаемых качеств в партнере.

3. Добровольность и желательность контактов. Пользователь добровольно завязывает контакты или уходит от них, а также может прервать их в любой момент.
4. Затрудненность эмоционального компонента общения и, в то же время, стойкое стремление к эмоциональному наполнению текста, которое выражается в создании специальных значков (эмотиконы) для обозначения эмоций или в описании эмоций словами (в скобках после основного текста послания).
5. Стремление к нетипичному, ненормативному поведению. Зачастую пользователи презентуют себя с иной стороны, чем в условиях реального социального общения, проигрывают не реализуемые в деятельности вне сети роли, сценарии, ненормативного поведения.
6. "Обман" в виртуальном пространстве. Установление личности играет ключевую роль в виртуальных сообществах.

Язык тесно связан с картиной мира представителя субкультуры. В данном разделе, также, подробно анализируются языковые особенности субкультуры виртуального сообщества, связанные со сленгом, эмотиконами - невербальными средствами общения (смайликами), никами (кличками, используемыми в чатах, конференциях, формулах и т.д.) и проч. В параграфе анализируется фольклор российской части Интернета.

В параграфе **“Опыт портретной характеристики субъекта субкультуры виртуального сообщества”** на основе исследований, проведенных автором и рядом других исследователей, можно представить интегральный портрет российского представителя субкультуры виртуального сообщества. Сопоставляя демографические характеристики пользователей Интернета и соотношение этих параметров в городском населении, можно сделать выводы, что российский субъект субкультуры виртуального сообщества, как правило: молодой человек в возрасте от 16 до 35 лет, при этом наиболее характерно общение в реальном времени (chat-room) для возрастной группы 18-22 года; имеет высшее образование или учится в вузе; если работает, то, как правило, специалистом или менеджером среднего звена в коммерческой структуре, связанной с такими отраслями, как финансы, наука, СМИ и реклама, образование, органы администрации.

При анализе вопросов, выявляющих наиболее значимые жизненные ценности субъектов субкультуры, удалось установить

следующее: большинство опрошенных представителей субкультуры виртуального сообщества высоко оценили Интернет как свободную, либеральную среду, которая предоставляет возможность доступа к любой информации и возможность самореализации личности. Для многих большое значение имеет возможность приобщения к мировой культуре (библиотеки, музеи, СМИ, образование, наука, искусство и проч.). Общение посредством Интернета для большинства членов виртуальной группы также является значимым. Члены виртуальной группы четко осознают свою принадлежность к виртуальному сообществу. Исходя из полученных результатов можно заключить, что по шкале распределения ценностей субъекта субкультуры виртуального сообщества ориентация смещена в сторону виртуального общения.

Одним из важных аспектов представления портретной характеристики субъекта субкультуры является изучение его мотивационной регуляции. Полученные в результате исследования данные позволили разработать следующую предварительную классификацию мотивов субъекта виртуального сообщества: мотив общения (коммуникативный мотив), мотив самоутверждения, мотив рекреации, игровой мотив, мотив аффилиации, мотив самореализации и развития личности, деловой мотив, познавательный мотив, мотив сотрудничества (корпоративный).

При анализе результатов опроса виртуальной группы в отношении восприятия членами группы сети Интернет и реального социального окружения, выяснилось, что ценность реального общения для участников виртуальной группы заключается в эмоциональной поддержке. Интернет воспринимается как среда, в которой можно вести себя, в меньшей степени считаясь с мнением окружающих, чем в реальном общении.

Большинство опрошенных считает Интернет средой, более свободной, нежели реальная жизнь, и при этом в меньшей степени, чем реальная жизнь, предоставляющей эмоциональную поддержку и общение. Очевидно определенное "смещение акцентов" от диалога между людьми (общения и поддержки) в реальном общении к монологу, свободному от чужих мнений и оценок самовыражению в Интернете. Реальность по сравнению с сетью Интернет в большей степени заставляет считаться с окружающими, но при этом она более дружелюбна, человечна. Восприятие Интернета как источника эмоциональной поддержки зависит от опыта пользования сетью: чем больше у человека стаж работы в Интернете, тем в большей степени он воспринимает сеть как источник эмоциональной поддержки, помощи в трудную минуту. По мере увеличения времени, проведенного в сети, люди обзаводятся хорошими знакомыми и

близкими друзьями, осваивая сеть так же, как они осваивают традиционную реальность.

В заключении диссертации подведены итоги исследования, дана оценка современной значимости, уникальности, роли и места Интернета в системе средств массовой коммуникации. Оценено влияние Интернета на отечественную коммуникативную культуру и на виртуальное сообщество. В связи с этим определено понятие «субкультура виртуального сообщества», представлена характеристика, раскрыта специфика данной субкультуры, исследован эффект влияния сети Интернет на нее. Впервые использован социокультурный подход к изучению данного феномена.

Даны рекомендации по применению материалов диссертационного исследования, которые могут использоваться в учебном процессе: в курсах «Культурология», «Социальная психология», «Социология культуры», «Социально-культурные технологии»; при разработке специальных курсов «Виртуальная культура», «Маркетинговые исследования в Интернете», «Информационные ресурсы Интернета»; при информационно-библиографическом обслуживании; при написании курсовых и дипломных работ.

Изучение влияния Интернета на человека и социум, на субкультуру виртуального сообщества, особенностей виртуальной коммуникации находятся лишь на самом начальном этапе. Необходим детальный анализ и наблюдение за механизмами формирования и развития виртуальных групп, за влиянием, которое оказывает на реальное общество в целом опосредованно через субъектов виртуального сообщества Интернета. Вместе с тем, данное диссертационное исследование создает необходимые предпосылки для расширения исследовательского поля по данной проблематике.

Основное содержание диссертации нашло отражение в следующих публикациях:

1. Евсеев, Д. А., Смирнова, И. А. Реализм компьютерной анимации// 3-я СПб. ассамблея молодых ученых и специалистов: Тез. докл., СПб., 1998 / Администрация СПб. Мин-во общего и проф. обр-я РФ. РАН. Федер. целевая прогр. «Гос. поддержка интеграции высшего обр-я и фундамент. науки на 1997-2000 г.г. СПб. собрание молодых ученых. Конкур. центр фундамент. естествознания Минобразования РФ.- СПб., 1998. - 0,2 п.л.

2. Смирнова И. А. Субкультура общности пользователей Интернет // Виртуальное пространство культуры: Материалы науч. конф., СПб., 11-13 апр. 2000 г. / СПбГУ. - СПб., 2000. - (Серия IV. Simposium). - 0,3 п.л.
3. Опыт исследования субкультуры виртуального сообщества // Современная культура: теоретико - методологические и практические аспекты: Материалы науч. конф. молодых ученых, 20 - 21 апр. 2000 г. / Мос. гос. ун-т культуры и искусств. - М., 2000. - 0,2 п.л.
4. Виноградова, Е. К., Смирнова, И. А. Проблемы преподавания дисциплины по выбору "Информационные ресурсы Internet" // Научные школы Университета. Вып. 2. - СПб.: Изд-во СПбГУП. - 0,3 п.л.
5. Смирнова И. А. Опыт исследования виртуальной коммуникации // XXIX межвуз. науч. - метод. конф. преподавателей и аспирантов: Тез. докл., СПб., 1-3, 13-20 марта 2000 г. / СПбГУ. - СПб., 2000. - 0,3 п.л.