

был выбран самый посещаемый на сегодняшний день сайт – «ВКонтакте.ру» [7].

Для этого с помощью поиска по группам было отобрано 200 самых многочисленных групп этого сайта. Методом контент-анализа мы соотносили созданные на сайте группы с определенными потребностями человека. За основу была взята пирамида потребностей А. Маслоу. Также мы выделили в отдельную категорию потребность в развлечении, так как данная группа не совсем подходит к пирамиде Маслоу, но данные группы, которые можно соотносить с указанной потребностью, очень часто встречаются на страницах «ВКонтакте.ру».

Сложностей в проведении данного исследования было достаточно:

- Название группы не ее отвечает содержанию. По названию ее можно отнести к одной потребности, а при рассмотрении обсуждений, фотографий - совершенно к другой.
- Следующая сложность - это субъективность соотнесения. Часто название и внутреннее содержание группы очень размыто, и соотнесение происходит по степени близости группы к той или иной потребности.
- Анализ этого Интернет-сообщества пришлось проводить в достаточно короткие сроки, так как ситуация на сайте достаточно быстро меняется, так как регистрируются все новые и новые участники. И если растягивать сбор информации, то произойдет перемещение групп по степени популярности, а значит - данные станут менее достоверными.

В общем можно сказать, на мой взгляд, что Интернет-ресурсы не заменят традиционных методов сбора социологической информации, но все же их нужно и можно использовать. Когда необходимо изучение людей, имеющих специфические интересы, когда исследование связано с изучением Интернета (виртуальные сообщества, Интернет-магазины), когда проводится исследование на сензитивную тему.

ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Докторов Борис «Онлайн-опросы: обыденность наступившего столетия», Телескоп: наблюдение за повседневной жизнью петербуржцев, 2000, №4
2. Пиявский, С. Вузовское молодежное Интернет-сообщество //Alpha mater: Вестник высшей школы. – 2003. – № 8. – стр. 24 –29
3. <http://bd.fom.ru/report/map/bntergum07/internet/internet0801/int0801>
4. Там же
5. Докторов Борис «Онлайн-опросы: обыденность наступившего столетия», Телескоп: наблюдение за повседневной жизнью петербуржцев, 2000, №4
6. <http://bd.fom.ru/report/map/bntergum07/internet/internet0801/int0801>
7. http://www.alexa.com/site/ds/top_sites?cc=RU&ts_mode=country&lang=none

Перина А.И., г. Екатеринбург

ФЕНОМЕН ВИРТУАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВ

В связи с появлением новой сферы взаимодействия людей - всемирной компьютерной сети Интернет, начинают формироваться своеобразные виртуальные сообщества. Можно сказать, что Интернет создал своеобразную среду, выделяя из общей массы определенную группу людей, особую прослойку общества, которая стремится быть отличными от окружающих и старается быть не похожими на других. Эти группы представляют свою культуру, отличающуюся от окружающей массовой культуры, имеющую свой особый взгляд на окружающее нас бытие. Таким образом, ломая какие-то устои и обычаи, они создают собственную культуру, вкладывая в те же самые слова другие ощущения, другие понятия и иную символику.

Виртуальные сообщества появились недавно и представляют собой особую совокупность групп, различных по способу самовыражения в виртуальном пространстве. Сам термин «Виртуальное сообщество» введен в 1993 г. Говардом Рейнгольдом – американским исследователем социальных отношений в сети – в книге «Virtual community». Рейнгольд дает следующее определение виртуальным сообществам: «Виртуальные сообщества являются социальными объединениями, которые вырастают из сети, когда группа людей поддерживает открытое обсуждение достаточно долго и человечно, для того чтобы сформировать сеть личных отношений в киберпространстве». [1]

Зарождение виртуальных сообществ начинается с того, что несколько человек, как правило, хорошо знакомых друг с другом по предшествующему виртуальному или реальному общению, создают свой сайт, на который хотят привлечь чем-то близких им людей. Они обсуждают общие темы, иногда даже специально создают конфликтные ситуации. Подобное общение – своего рода игра с элементами театрального представления и карнавала. Однако здесь, в отличие от реального театра, нет устойчивой границы между актерами и зрителями. Места общения при сайтах – форумы и чаты – представляют собой коллективное сотворчество. Любой потенциальный член виртуального сообщества вначале становится читателем или зрителем коллективного сотворчества, потом либо теряет к этому интерес, либо испытывает потребность присоединиться к нему. [2]

К специфике виртуальных сообществ мы можем отнести следующее. Во-первых, это наличие собственного сленга: сформировалось неологически - жаргонное подобие языка. Например, из-за того, что немногие умеют быстро и правильно писать, опечатки и даже очень грубые ошибки в словах при виртуальном (текстовом) общении воспринимаются как нечто должное и не требующее порицания. Новичок, достаточно грамотный, при вхождении в данную среду, быстро утрачивает уважение к контролю за письменной речью, приучается к безграмотности. Отмечено, что и в реальной жизни грамотность людей, ставших проводить много времени в чате, снижается, поскольку они, вращаясь в море поощряемой безграмотности, в буквальном смысле забывают, как правильно писать слова. Во-вторых, общая цель - "спрятаться за спину" более влиятельных членов виртуального сообщества, которые не дадут в обиду "своего", не разбираясь особенно, кто прав, кто виноват в конфликтной ситуации. В-третьих, объединены общей идеей - свобода и независимость, тяга к знаниям и обеспечение свободного доступа к закрытым информационным массивам.

Стремление пользователей Интернет, а чаще всего это молодые люди, жить яркой жизнью, полной новых впечатлений и отсутствие у них такой возможности в реальном мире приводит их к многочасовым погружениям в необозримые пространства глобальной сети. Человек нуждается в таком общении, в ходе которого он мог бы: поделиться важными для него мыслями, идеями, чувствами, переживаниями, обрести полное понимание со стороны другого, получить поддержку, достичь безусловного доверия, не встретив при этом критики, осуждения. Интернет предоставляет такую возможность. Благодаря анонимности, доступности и ощущению безопасности человек может формировать доверительные отношения даже с малознакомыми людьми, не опасаясь негативных эмоций, ведь в случае неудачи всегда есть возможность в любой момент выйти из пространства коммуникации.

В виртуальной реальности не имеют значения такие способы определения социального статуса как внешний вид, возраст, пол. Интернет позволяет конструиро-

вать новый образ, воплощая в нем нереализованные психологические запросы. Виртуальные сообщества разнообразны, непохожи друг на друга. Наиболее приближены к реальным те из них, которые обладают следующим признаками: закрытость; их состав достаточно стабилен; возможность идентификации пользователей; в них существуют собственные нормы и правила общения.

В виртуальных сообществах у человека создается виртуальная личность, которая может сильно отличаться от его реальной личности, и которая для человека может быть даже важнее, чем реальная.

В виртуальных сообществах помимо собственных норм и правил формируется особый стиль общения. Виртуальное общение обладает повышенной, по сравнению с обычными социальными контактами эмоциональной насыщенностью. Виртуальные сообщества всегда создаются с определенной целью (даже если эта цель — приятное времяпровождение). Сообщество людей, увлеченных общей целью — это мощное средство для ее достижения, особенно в современном обществе и бизнесе, где основную ценность имеет человеческий талант. Однако человеку свойственна нестабильность. Его увлечение может ослабеть. Либо его может заинтересовать другая цель. Люди обычно вступают в сообщества за ответами на свои вопросы, за определенной целью, а остаются из-за взаимоотношений.

Таким образом, в современных условиях виртуальные сообщества объединяют большие группы населения, формируют круг интересов и общения, стимулируют развитие межличностных отношений и имеют свои положительные и отрицательные факторы влияния на индивидуальную сферу психической деятельности своих членов. Исследование данной проблематики представляется весьма перспективным, поскольку количество пользователей Интернет, а, следовательно, и участников виртуальных сообществ растет с каждым годом.

ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Патаракин Е.Д., Сетевые сообщества и обучение, М., «ПЕР СЭ», 2006 г., с. 8.
2. Белянская, Е. П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью / Е. П. Белянская, А. Е. Жичкина // <http://flogiston.ru/projects/articles/strategy.shtml>

Ковалева Д.М., г. Екатеринбург

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Формирование российской идентичности – одна из несомненно актуальных проблем современного общества и власти в России. Интерес к ней вызван динамикой событий на территории современной России и бывшего Советского Союза, когда большинство населения столкнулось с необходимостью самостоятельного поиска своего места в изменившихся социальном, политическом, экономическом и культурном пространствах.

Корень термина «идентичность» - «iden», означающий нечто, что достаточный промежуток времени оставалось одним и тем же. Ближайшие понятия: позднелатинское *Identifico* (отождествляю) и английское *identity* – аккумулируют смысл, связанные с качественной определенностью и принадлежностью к некоторому множеству [1].

С середины 1970-х годов термин «идентичность» входит в словарь социально-гуманитарных наук и проникает в справочные издания. В настоящее время он активно используется и в повседневном лексиконе. Понятие «идентичность» кое-где