

1. Государственный архив Витебской области. – Ф. 1737. Оп. 2. Д. 19.
2. Государственный архив Витебской области. – Ф. 1737. Оп. 2. Д. 42.
3. Государственный архив Витебской области. – Ф. 1737. Оп. 2. Д. 53.
4. Государственный архив Витебской области. – Ф. 2797. Оп. 1. Д. 131.
5. Государственный архив Витебской области. – Ф. 2797. Оп. 1. Д. 138.
6. Государственный архив Витебской области. – Ф. 2797. Оп. 1. Д. 177.
7. Государственный архив Витебской области. – Ф. 2810. Оп. 1. Д. 49.
8. Государственный архив Витебской области. – Ф. 2810. Оп. 1. Д. 56.
9. Цітаровіч, М. Вызвалілі і адрадзілі. Аб развіцці народнай адукацыі ў Віцебскай вобласці ў пасляваенны перыяд / М. Цітаровіч // Настаўн. газ. – 1984. – 30 чэрв.

ВИРТУАЛЬНЫЕ СООБЩЕСТВА И МИРОВАЯ ПОЛИТИКА: ТИПОЛОГИЯ И ДЕФИНИЦИИ

Себряк В.С.,

*магистрант 2-го курс РГГУ, г. Москва, Российская Федерация
Научный руководитель – Дитковская С.А., канд. пед. наук, доцент*

На международной арене наблюдается тенденция увеличения роли виртуальных сообществ в политических процессах. Привлечение виртуальных комьюнити к политике зачастую заключается в использовании технологий воздействия на общественные массы для достижения определённых целей. В данных условиях происходит ускорение интеграции виртуальных сообществ (далее – ВС) в политическую сферу. Однако существует ряд препятствий, которые возникают в ходе исследования указанной темы: данная проблематика изобилует неустоявшимися терминами и понятиями, а также на данный момент в научном сообществе нет единой и чёткой типологии ВС, участвующих в политической сфере.

Соответственно для более детального понимания степени вовлеченности ВС в политические процессы и дальнейшего изучения данной проблемы необходимо выявить основные тенденции, конкретизировать дефиницию «виртуальное сообщество» и составить соответствующую типологию виртуальных комьюнити, вовлечённых в политическую сферу.

Материал и методы. В ходе исследования автор использовал следующий методологический комплекс: описательные методы, историко-типологический метод (аналитическая систематизация). Для проведения исследования автор опирался на материалы работ: Р. Рейнгольда, М. Кастельса, Дж. Кина и т.д.

Результаты и их обсуждение. Среди исследователей ВС выделяется работа Р. Рейнгольда, который одним из первых ввёл в систему научного познания термин «виртуальное сообщество». Согласно мнению автора для становления виртуального комьюнити нужна большая аудитория, которая в течение определённого времени коммуницирует между собой и, в свою очередь, коммуникация приобретает эмоциональную окраску, что выделяет фактор персональной вовлеченности [1]. На данный момент в сети появляется всё больше сообществ-миллионников, которые составляют костяк ведущих ВС.

В отличие от «реальных», виртуальные комьюнити в качестве своей площадки используют сети, а не пространственные методы связи. М. Кастельс описывал сети как «совокупность взаимосвязанных узлов», что в нашем случае можно толковать в качестве коммуникационных хабов, в которые трансформировались некоторые из ВС. Автор утверждает, что «значимость» подобных хабов увеличивается пропорционально эффективности, поглощению и качеству обработки информации. Такую картину мы наблюдаем у новостных агрегаторов, которые предоставляют фактически готовый продукт реципиенту, формируя его позицию по конкретным вопросам. Данное направление деятельности активно используется в ходе протестной активности, что помогает организаторам атомизировать или объединить социум. Также непременно присутствует фактор кооперации и конкуренции (деструктивной или продуктивной), что является основой для сотрудничества между сетями [1, с. 37–38].

Важной вехой при генезисе ВС выступил фактор вхождения человечества в эпоху т.н. коммуникационного изобилия. Дж. Кин считает, что «отличительным свойством

коммуникационного изобилия является то, что его генеративные правила, аналогичные генеративным правилам грамматики, которая позволяет говорящим высказывать бесконечное число различных предложений, поощряют открытость, динамизм, плюрализм...». Это значит, что виртуальные комьюнити (которые выступают в авангарде сетевой коммуникации) имеют возможность создавать ведущие тренды и выступать в качестве одной из ведущих сил в киберпространстве [2, с. 193].

Среди прочих функций ВС выделяется и донесение определённой идеи для участников с целью комьюнити. В данном случае мы обращаемся к различным научным и экспертным сообществам, которые в большей степени являются «продолжением» своей офф-лайн версии.

Существует заблуждение, согласно которому ВС абсолютно тождественны с «новыми медиа», которые имеют подобные характеристики. При этом личные блоги (которые являются примером новых медиа), не являются сообществом. Во многом это вызвано постоянным замещением пользователей и комментирующих, что часто исключает длительную вовлеченность человека в работу сообщества и сводит его роль к обычному реципиенту контента.

Вид деятельности, цель создания	Тип сообщества	Пример
1. Аналитика, создание и распространение информации	Экспертные сообщества	Дипломатъ, Мейстер, Karfagen
	Научные сообщества	Постнаука, Арзамас
	Научно-популярные сообщества	TED
2. Политическая деятельность, пропаганда идей, активизм	активистские сообщества	Донецкая республика, Я ВЕГАН, Феминизм: наглядно
3. Распространение новостей	Новостные сообщества	OpenMedia Group
	агрегаторы новостей	Лентач, Mash

На основании вышеперечисленных характеристик и тенденций автор предлагает краткую типологию ВС, которые наиболее всего вовлечены в политические процессы.

Стоит отметить, что в данной типологии представлены примеры «идеальных» видов ВС, которые так или иначе задействованы в политической сфере. При составлении целенаправленно не были учтены сообщества, посвященные субкультурам, элементам попкультуры и т.д., т.к. степень их участия на политической арене крайне мала или вовсе отсутствует.

Важно учитывать, что, не смотря на то, что социальные сети имеют огромный охват аудитории, в этом случае они выступают в роли площадок, а не в качестве отдельных ВС.

Следовательно, виртуальные сообщества – это объединение индивидов, которое может быть «продолжением» офф-лайн комьюнити или же независимым, не имеющим «реального» прототипа, в котором кооперация происходит благодаря общению в рамках определённого круга интересов, ценностей, идей. Отличительные черты ВС: прямая связь с создателем контента и возможность участия в процессе создания материала, виртуальные сообщества не имеют стандартизированной структуры.

Заключение. В ходе исследования были выделены три основных группы виртуальных сообществ, вовлеченных в политические процессы по типу деятельности: 1. аналитические; 2. пропагандистские и активистские; 3. новостные.

1. Кастельс М. Власть Коммуникации: Пер. с англ. 4-е изд. – М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2016. – 564 с.
2. Кин Дж. Демократия и декаданс медиа: Пер. с англ. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. – 312 с.
3. Рейнгольд Р. Виртуальное сообщество // Howard Reingold. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>. [дата доступа: 08.09.2020].