

УДК 004.738

ПЕРЕДУМОВИ, ЕВОЛЮЦІЯ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-СПІЛЬНОТ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

ФЕДУШКО Соломія Степанівна

доцент кафедри соціальних комунікацій
та інформаційної діяльності
Національного університету «Львівська політехніка»
e-mail: sofahrabust@gmail.com

ЛУКАШЕНКО Тетяна Валентинівна

старший викладач кафедри економіки підприємства
Львівського національного університету імені Івана Франка
e-mail: tatiana.Lukashenko@gmail.com

ХРАБУСТ Софія Адамівна

студентка
Національного університету «Львівська політехніка»
e-mail: sofahrabust@gmail.com

Анотація. Розглянуто питання щодо сутності та передумов створення інтернет-спільнот, етапів їх розвитку, переваг в організації різного роду суспільних взаємодій, запобігання поширенню негативної інформації в соціальних мережах.

Ключові слова: взаємодія, інтернет-спільноти, комунікація, соціальні мережі, спілкування.

Постановка проблеми. Сучасні досягнення науки і техніки зачіпають усі сфери життя людини, змінюючи їх і вдосконалюючи. Не є винятком і сфера комунікації, можливості якої суттєво розширюються завдяки Інтернету. На сьогодні Інтернет — не тільки сховище інформаційних даних, а й комунікаційне середовище, канал спілкування, сфера інформаційної взаємодії. Інтернет-спілкування сприяє об'єднанню їхніх учасників у певні групи за соціальними запитаннями, які отримати назву «інтернет-спільнота». Сила і наслідки впливу інтернет-спільнот на суспільне життя до кінця не є вивченими, хоча, беззаперечно, вони є предметом багатьох досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням функціонування інтернет-спільнот присвятили свої праці низка зарубіжних і вітчизняних учених, зокрема із зарубіжних —

Аннотація. Рассмотрены вопросы относительно сущности и предпосылок создания интернет-сообществ, этапов их развития, преимуществ в организации различного рода общественных взаимодействий, предотвращения распространения отрицательной информации в социальных сетях.

Ключевые слова: взаимодействие, интернет-общества, коммуникация, социальные сети, общение.

А. Тоффлер, Ф. Уэбстер, Й. Масуда, М. Кастелье. Серед вітчизняних науковців цю проблему досліджували Л. Скокова, В. Щербина, О. Олійник, А. Пелещин, О. Голобицький, Д. Афанасьєв та ін. У роботах цих науковців висвітлюються значення і роль інтернет-спільнот у розв'язанні економічних, соціальних, політичних, культурно-філософських та низка інших актуальних проблем соціуму.

Водночас є необхідність додаткового дослідження чинників формування та еволюції інтернет-спільнот, тенденцій їхнього розвитку для виявлення переваг і можливих загроз для суспільного прогресу.

Метою статті є дослідження передумов та етапів розвитку інтернет-спільнот, їхніх переваг у соціально-економічному розвитку, можливих негативних наслідків, напрямів їх попередження і подолання.

Виклад основного матеріалу. Виявлення чинників і тенденцій розвитку спільнот у середовищі Інтернету передбачає з'ясування їхньої сутності. Наука соціологія визначає спільноту як елемент соціальної структури суспільства, який являє собою групу людей, пов'язаних між собою відносно сталими відносинами [1]. Спільнота, яка формується в соціальних мережах «Інтернету», за своєю суттю є онлайн-спільнотою, іншими словами — об'єднанням зареєстрованих користувачів інтернет-ресурсу за визначеним спільним інтересом. Ураховуючи, що інтернет-ресурси становлять базу для створення онлайн-спільнот, їх ще називають інтернет-спільнотами, мережевими об'єднаннями, віртуальними спільнотами тощо.

Специфічними ознаками інтернет-спільнот є:

- регулярна відвідуваність мережевого ресурсу, навколо якого створюється спільнота;
- наявність зворотного зв'язку завдяки інтерактивним можливостям ресурсу;
- створення власної субкультури з усіма обов'язковими атрибутами: ієрархією, етичними і поведінковими нормами, рольовими іграми, спільною участю в online / offline заходах [2, с. 72].

У сучасному світі інтернет-спільноти виконують низку важливих функцій, основними з яких є: комунікаційна, інформаційна, соціалізуюча, самоактуалізуюча (самопрезентаційна), ідентифікаційна, розважальна [3, с. 651].

Відносини всередині інтернет-спільнот будуються реальними людьми. Ці люди живуть у відповідному соціальному середовищі, мають певні інтереси та пріоритети, що визначає пошук ними груп зацікавлених осіб у віртуальному світі. Відповідно, першоосновою формування спільнот у мережі «Інтернет» є потреба в комунікації, а то і взаємодії індивідуума з обраною групою осіб з проблем, що є для нього і членів обраної ним соціальної групи важливими. Причому одна і та сама людина може бути учасником кількох спільнот і взаємодіяти з ними лише з приводу питань, які вважає для себе цікавими. Спілкування в інтернет-спільноті дає низку вигід учасникам, зокрема, обмін думками сприяє напрацюванню досвіду спілкування, різносторонньому оцінюванню інформації, дослідженню певної проблематики. Інтернет-спільноти напрацьовують власні інформаційні бази, які створюють додаткові можливості для нарощення інтелектуального потенціалу учасників.

Потреба в інтернет-спілкуванні обумовлюється також намаганням людини з користю використати свій вільний час, а інколи «відключитись» від буденних проблем і перенестись у простір, де ти не один і де цікаво. «Спілкування, опосередковане соціальними мережами, особливо важливе для тих людей, чиє життя з різних причин обділене міжособистісною взаємодією. Такі люди використовують всесвітню мережу як альтернативу своєму оточенню, адже опосередковане on-line-спілкування створює ілюзію товариських відносин без вимоги дружби» [4, с. 112].

Ще одним визначальним аспектом формування інтернет-спільнот є потреба людини в самоідентифікації. Ідентифікація, самоствердження особи можлива лише у процесі її взаємодії з іншими подібними собі, у результаті чого виявляються спільні та відмінні її характеристики, власна субкультура і спосіб життя. У цьому плані інтернет-спільноти є драйвером ідентифікації особистості, оскільки, як вважає Д. М. Афанасьєв, «основними рисами сучасного механізму ідентифікації суб'єктів Інтернет-мережових спільнот ми можемо вказати такі: розмиття образів „свій” і „чужий” через втрату довіри до інших учасників спільноти, стирання просторових і часових меж в Інтернет-мережі призводить до мінімізації відчуття колективної ідентичності» [5, с. 16].

Сучасний рівень розвитку спільнот у мережі «Інтернет» є результатом технічного прогресу і соціальних змін. В Україні загальний доступ до Інтернету започатковано 1990 року. З цього часу відслідковується три етапи в розвитку мережових соціальних взаємодій. Перший етап (приблизно до 2000 року) характеризується створенням веб-сайтів з інформаційним текстовим наповненням і забезпеченням спілкування через гостьові книги, форуми, чати. Зрозуміло, що учасниками віртуального спілкування могли бути люди, які мали доступ до Інтернету. Зважаючи на складнощі соціально-економічного розвитку, у 1990-ті такий доступ існував на підприємствах і в організаціях і, відповідно, основними користувачами Інтернет-ресурсу були їхні керівники та інженерно-технічні працівники.

Починаючи з 2000 року, завдяки технічними досягненням, спрощуються процеси створення особистого простору у всесвітній павутині. З'являються платформи, які дозволяють без особливих труднощів оприлюднювати контент, і, відповідно, забезпечувати якісну комунікацію

між членами інтернет-спільноти. Це посприяло демократичному приєднанню до спільнот відповідно до інтересів та соціальної сутності людини. У той період виникають закриті соціальні спільноти, які започатковують відбір потенційних учасників співтовариства. Одним із способів, який фільтрував якісний склад спільнот, стало виконання потенційним учасником обов'язкових умов, установлених спільнотою. Закриті спільноти у процесі свого розвитку стали свого роду клубними об'єднаннями за інтересами, які нині відіграють важливу роль у суспільно-політичному житті країни.

Десь починаючи з 2010 року, настає період масового використання Інтернет-ресурсу. Число користувачів всесвітньою мережею досягло нечуваних раніше значень і далі зростає, перш за все завдяки користувачам мобільних телефонів.

Сьогодні кількість інтернет-користувачів в Україні — 21 мільйон осіб. Це понад 60 % населення. Ще 2007 року мережею користувалися 20 % українців, а 2012-го кількість користувачів становила вже 50 %. Значною мірою полегшили доступ до мережі гаджети. Як свідчить опитування, половина всіх користувачів є абонентами мобільного інтернету. А 14 % зазначили, що заходять у мережу лише з мобільних пристроїв [6].

Процес комунікації безмежно спростився. Нині він не передбачає глибокого оцінювання контенту, написання коментарів, а лише примітивних «лайкнути», тобто «уподобити», або «поширити» зноску на своїй сторінці. Оскільки потік інформації стає лавинним, не вистачає часу на її детальне опрацювання, то спілкування проходить у формі коротких повідомлень, більше того, часто має невербальний характер (думки передаються зображеннями). Пасивність користувачів інтернет-ресурсів дозволяє інтернет-спільнотам, якими опікуються, здебільшого, професіонали, нав'язувати свої міркування і позицію, маніпулювати особою, спонукаючи її до участі у спільноті, яка не зовсім відповідає її соціальним установам. Сьогодні через соціальні мережі та різного роду пошукові системи відслідковуються дії користувача, йому нав'язуються певні інтернет-ресурси і знайомства з досі невідомими людьми.

По суті, сучасні інтернет-спільноти за своєю сутністю — це визначена філософом Х. Ортега-і-Гассетом сукупність людей маси. Людина маси — це середня, пересічна людина без індивідуальності, яка не відчуває в собі особливого дару.

Для нормального історичного життя в суспільстві має бути домінуючий стан еліти, яка здатна випрацювати нові ідеї, ідеали, моральні норми і т. п., тобто нову систему ціннісних орієнтацій, і повести за собою масу. Але зараз ситуація змінилась — відбувся бунт мас, і маса захопила місце еліти. Ортега-і-Гассет убачає в самому характері західної цивілізації можливість для людини маси користуватися її благами, у тому числі й технічними, ігноруючи її принципи. Це породжує намагання мас правити світом, спрямовувати процес цивілізації, не володіючи законами її розвитку [7]. Як наслідок, інтернет-спільноти все частіше мають розважальний характер, а інформаційні потоки за своїм змістом є примітивними і неякісними.

Підтвердженням є те, що нині у світі найбільшого поширення набули соціальні мережі загального характеру. За рейтингом сайтів, визначеним TNS, в Україні у квітні 2018 року найбільш популярною в Україні була пошукова система Google, на другому місці — відеохостингова компанія YouTube, що надає користувачам послуги зберігання, доставки і показу відео, на третьому — соціальна мережа Facebook.com, яка наразі є єдиною соцмережею, що входить у Топ-10 популярних серед українців сайтів. Соціальна мережа Instagram посіла 12-те місце. Водночас, попри вжиті владою заходи, щодо обмеження доступу до інтернет-сайтів російського походження, ідеться, зокрема про російські соцмережі Vk.com та Odnoklassniki.ru, вони все ще утримують значне коло українських користувачів, перебуваючи відповідно на 11-му і 13-му місцях рейтингу [8].

Беззаперечно, сьогодні інтернет-спільноти є привабливою формою досягнення окремих цілей за допомогою інформаційних впливів, що дозволяє використовувати їх в різних сферах і для досягнення різних результатів. Розглянемо найпоширеніші.

Популярним є використання інтернет-спільнот як каналу маркетингових комунікацій. Нинішній споживач широко використовує Інтернет для того, щоб отримати інформацію про товар або послугу, його виробника, місце купівлі-продажу, ціну тощо. У цьому плані соціальні мережі та пошукові системи забезпечують низку переваг. Це підтверджує той факт, що у квітні 2018 року серед найпопулярніших в українців інтернет-ресурсів опинилися торгові майданчики — OLX.ua (4-те місце), Prom.ua (7-ме місце), Rozetka.com.ua (8-ме місце) і китайський

AliExpress.com (16-те місце). Крім того, популярним є довідковий фармацевтичний сайт Tabletki.ua (19-те місце) [8].

Інтернет-спільноти активно залучаються до обговорення насущних проблем споживчого ринку. Рекомендації членів спільноти про переваги бренду, продукту, бізнесу є неоцінними, оскільки сприймаються як поради друзів, членів родини тощо. Частина інтернет-спільнот створюється як група, об'єднана потребою придбати певний вид товару, тобто як тематична цільова маркетингова інтернет-спільнота, яка забезпечує обмін думками щодо споживчого призначення товару, його характеристик, невдоволення щодо якості, подяк щодо хорошого обслуговування тощо. Зважаючи на результативність соціальних мереж у плані просування товарів, вони мають шалену популярність серед корпорацій, що створюють у соціальних мережах свої корпоративні сторінки. Маркетингове наповнення часто мають і персональні блоги. Усе це свідчить про те, що соціальні інтернет-спільноти на сьогодні є елементом інтерактивного маркетингу, а тому викликають інтерес як у споживачів, так і у виробників певних послуг та товарів.

Через соціальні популярні мережі можна отримати велику кількість трафіка, без значних зусиль охопити цільову аудиторію. Тому фірми, які просувають свій товар, намагаються поліпшити доступність своїх сайтів, займаючись їхньою оптимізацією і просуванням через соціальні мережі. Йдеться про запровадження SMO (Social media optimization), що являє собою оптимізацію сайту, але не під пошукові машини, як це передбачає SEO (Search Engine Optimization), а під соціальні медіа. Це комплекс робіт, які проводяться на сайті з метою його просування в соціальних мережах, який полягає в оптимізації інтернет-ресурсів для залучення користувачів соціальних мереж, форумів, блогів, а також у постійній підтримці зв'язку з ними [9]. SMO дозволяє залучити широке коло учасників інтернет-спільнот до ознайомлення з маркетинговою інформацією, розміщеною на сайті, сприяє її поширенню через соціальні мережі, дозволяє поліпшити якість інформаційного ресурсу через спілкування з інтернет-користувачами.

Значними є вигоди, які забезпечуються інтернет-спільнотами в освітній сфері. Завдання цих спільнот — навчання їхніх членів, формування і поширення освітньої інформації, налагодження консультування учасників, забезпечення

контролю їхніх знань тощо. Навчальні інтернет-спільноти зазвичай розрізняють на основі інструментів і технологій, що використовуються, і різновиду процесів співпраці. Синхронні онлайн-спільноти використовують синхронні інструменти, які дозволяють у реальному часі спілкування та колаборацію в режимі «спільний час — різний простір» (спілкування по Skype). Асинхронні онлайн-спільноти об'єднують людей у режимі «різний час — різний простір» за допомогою таких інструментів, як дискусійні форуми, веб-журнали, електронна пошта, слайд-шоу і потокове відео. Більшість сучасних навчальних інтернет-спільнот використовують декілька автономних інструментів в єдиному інтегрованому середовищі [10].

Навчальні інтернет-спільноти мають низку переваг над традиційною моделлю навчання, а саме:

- розширяються можливості доступу до навчальних ресурсів різних суб'єктів навчальної діяльності, незалежно від місця розташування;
- формується спільний досвід у навчанні та соціальній взаємодії, підвищується інформаційна компетентність як учнів, так і вчителів (викладачів, тренерів);
- забезпечується постійний зв'язок з іншими учнями та з учителями, що дозволяє створювати колективні освітні продукти, які адаптовані під сучасні потреби навчання;
- відкривається можливість для самоініціативи — кожний учасник може створити свій блог;
- підтримується навчальна діяльність за основним місцем навчання або роботи, набуваються навички самоосвіти і професійного розвитку;
- має місце можливість відкрито відстоювати свою позицію з тієї чи іншої проблеми;
- забезпечується оптимізація часових і фінансових ресурсів на організацію навчальної діяльності.

Для того, щоб навчальні інтернет-спільноти успішно виконували покладені на них функції, доцільно, щоб задіяні в них педагоги реалізувались як наставники-партнери, а не як джерело знань. Вони повинні сприяти самовираженню членів спільноти, розвиткові їхньої самоініціативи, стимулювати створення власних освітніх продуктів. На сьогодні актуальним для педагогів, які задіяні в інтернет-спільнотах, є не просто технічне супроводження курсу, а організація різноманітних конкурсів навчальних проєктів,

запровадження механізмів підтримки та оцінювання проектів, поширення напрацьованих результатів, залучення нових членів спільноти тощо.

На сучасному етапі інтернет-спільноти стали фактором політичної активності громадян. Як інструмент масової комунікації, соціальні мережі постають за умов, коли утворюють кільце зворотного зв'язку між індивідуумами і соціальними групами, між політичною системою і суспільством, а також між елементами політичної системи, забезпечують суспільний дискурс і в такий спосіб виступають необхідним фактором розвитку демократії [11].

У середовищі інтернет-спільнот політики отримують можливість не тільки ознайомити всіх зацікавлених зі своєю політичною позицією, а й налагодити діалог із користувачами Інтернету і тим самим отримати від них підтримку або, навпаки, критику. Інтернет-спільноти є місцем гострих політичних дискусій, засобом зворотного зв'язку між суспільством і владою, інструментом їх взаємодії.

Інтернет-спільноти — це свого роду ефективний канал представлення суспільством своїх потреб, знаряддя впливу на рішення влади, спосіб участі в нормотворчих процесах. В інтернет-спільнотах максимально задовольняються політичні запити виборців, усесторонньо оцінюються політичні позиції партій, формується політична єдність суспільства. Інтернет-спільноти допомагають перебудові державного управління, оскільки без значних витрат людських, матеріальних та організаційних ресурсів доносять до влади позицію громадськості з тих чи інших питань, сприяють урахуванню думки рядових громадян при ухваленні нормативних актів, тим самим забезпечуючи децентралізацію і деконцентрацію влади та управління. Суттєвим є вплив віртуальних спільнот на міжнародну політику та відносини.

Таким чином, інтернет-спільноти на сьогодні є невід'ємним структурним елементом соціальної взаємодії, за допомогою якого забезпечуються значні вигоди в багатьох сферах суспільного життя. Водночас свобода і непідконтрольність функціонування віртуальних спільнот зумовлюють низку загроз для життя суспільства. Ідеться про нав'язування атмосфери бездуховності та аморальності, негативного ставлення до культурної спадщини, маніпулювання суспільною свідомістю і політичною орієнтацією соціальних груп населення, дестабілізацію політичних від-

носин між партіями. Особливо небезпечними є наслідки завідомо спланованих інформаційних атак на настрої учасників інтернет-спільнот в умовах нинішнього військового конфлікту на Донбасі. Інтернет-спільноти є сприятливим середовищем для розмноження замовних дописів, доставки фейкової інформації, тролінгу тощо. Наслідки цільових інформаційних впливів в інтернет-просторі можуть бути непередбачуваними — від традиційних флеш-мобів до акцій, протестів, виступів, які часто вносять елементи загрози і нестабільності в суспільне життя. Відповідно, в умовах військової агресії головним пріоритетом інформаційної державної політики стає захист громадян від негативних інформаційних потоків. У зв'язку з цим доцільними є:

- моніторинг інформаційних потоків у мережі «Інтернет», ужиття обмежувальних заходів для поширення небезпечної для країни та її громадян інформації, що передбачає створення системи інформаційної безпеки;

- підвищення рівня обізнаності з безпечним використанням Інтернету, посилення виховної та роз'яснювальної роботи серед населення, переважно серед молоді, яка найбільше присутня в інтернет-спільнотах;

- посилення правової відповідальності за поширення інформації, що шкодить реалізації суспільних інтересів.

Висновки. Інтернет-спільноти є найпопулярнішою формою організації взаємовідносин між людьми. Завдяки своїм комунікаційним перевагам вони дозволяють задовольнити соціальні потреби людини. Пройшовши ряд етапів розвитку, інтернет-спільноти перетворились в інструмент спілкування в інструмент взаємодії між зацікавленими сторонами. За посередництва спільнот суттєво розширюються можливості просування товарів та послуг, організується навчання, будуються взаємовідносини з органами влади, громадськими і політичними організаціями, забезпечується свобода слова. Водночас у реаліях нинішнього дня інтернет-спільноти підпадають під дію безпекових ризиків, спровокованих у тому числі й гібридною війною з Російською Федерацією. У цих умовах необхідним є створення системи інформаційної безпеки держави, бізнесу, громадян. Вимагається забезпечення інформаційної грамотності користувачів інтернет-ресурсів, прищеплення їм умінь аналізувати і критично оцінювати інформаційні потоки, особливо при ухваленні рішень щодо їх поширення в інтернет-спільноті. Урахо-

вуючи загрози, які провокуються поширенням неправдивої інформації або такої, яка суперечить нормам моралі та суспільним інтересам, слід на законодавчому рівні визначитися з відповідальністю суб'єктів, які причетні до її продукування та/або поширення.

Список використаної літератури

1. Вербець В. В. Соціологія : навч. посібник [Електронний ресурс] / В. В. Вербець, О. А. Субот, Т. А. Христюк. — Київ : КОНДОР. — 2009. — 550. — Режим доступу : https://pidruchniki.com/12920522/sotsiologiya/sotsialna_struktura_suspilstva.
2. «Электронная демократия» vs «электронное правительство»: концептуальное противостояние? [Электронный ресурс] / И. А. Быков // Политэкс: Политическая экспертиза. — Вып. 3. — Санкт-Петербург, 2005. — С. 69—77. — Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/elektronnaya-demokratiya-vs-elektronnoe-pravitelstvo-kontseptualnoe-protivostoyanie>.
3. Воронкин А. С. Социальные сети: эволюция, структура, анализ [Электронный ресурс] / А. С. Воронкин. — С. 650—675. — Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-evolyutsiya-struktura-analiz.pdf>.
4. Малімон В. І. Віртуальне спілкування і самотність людини [Електронний ресурс] / В. І. Малімон // Гуманітарний вісник : збірник наукових праць Запорізької державної інженерної академії. — 2015. — Вип. 63. — С. 111—118. — Режим доступу : http://www.zgia.zp.ua/gazeta/gvzdia_63_111_118.pdf.
5. Афанасьев Д. М. Особливості ідентифікації суб'єкта інтернет-мережєвих спільнот [Електронний ресурс] / Д. М. Афанасьев // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Педагогіка, соціальна робота. — 2012. — Вип. 24. — С. 15—18. — Режим доступу : <http://irbis-nbuv.gov.ua>.
6. Як з'явився Інтернет в Україні та скільки людей уже там [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://informatоr.news/yak-z-yavuvsvya-internet-v-ukrajini-ta-skilky-lyudej-uzhe-tam>.
7. Історія філософії [Електронний ресурс]. — Режим доступу : https://pidruchniki.com/69944/filosofiya/plesner_plessner_gelmut.
8. Топ 25 найпопулярніших в Україні сайтів [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2455506-top25-najpopularnisih-v-ukraini-sajtiv.html>.
9. Что такое SMO и SMM? Социальная оптимизация и продвижение. Smo оптимизация [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://prostoу-site.ru/optimizaciya/smo-optimizaciya.html>.
10. Поціпух О. Як побудувати ефективну навчальну інтернет-спільноту? [Електронний ресурс] / О. Поціпух. — Режим доступу : <http://company.shodennik.ua/presscenter/63378>.
11. Сахань О. М. Про використання соціальних мереж інтернету як засобу створення іміджу політичної влади в Україні [Електронний ресурс] / О. М. Сахань. — Режим доступу : http://dSPACE.nulau.edu.ua/bitstream/123456789/8355/1/Sahan_143.pdf.