

"Ценностно-нормативные ориентации современных Интернет-сообществ"

Научный руководитель – Скворцов Алексей Алексеевич

Шаммасова Лейсан Зямиловна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра этики, Москва, Россия

E-mail: kasha-leisan2012@mail.ru

В мире происходит глобальная трансформация общества, сопровождающаяся проникновением интернет коммуникации во все сферы жизни. Одновременно с этим возрастает интерес к социологическим, философским исследованиям сетевых коммуникаций. Число пользователей, которые могут одновременно включаться в работу различных ресурсов интернета, постоянно растет. В связи с этим происходит переосмысление социальной реальности, места и роли коммуникаций в развитии общества.

До появления мировой паутины термин «сообщество» использовался со значением описания семейно-родственных отношений либо для обозначения ритуальных ситуаций и особых форм социального взаимодействия.

Сообщество- это виртуальное объединение пользователей, становление которого происходит на основе общего интереса. Также могут выделяться ценности, образцы поведения в каждом из виртуальных сообществ.

По словам Дорины К. Эндрюс, автора проекта интернет-сообщества, ориентированного на аудиторию, существует три составляющие построения онлайн-сообщества: начало онлайн-сообщества, раннее интерактивное взаимодействия и переход к самообеспечивающейся интерактивной среде.

Невесенко Елена Дмитриевна в своей статье привела различные классификации интернет-сообществ на основании изучения их предметной направленности:

1. Тематические сообщества: сообщества с оазличными направлениями, такие как спорт, экономика, политика, культура и т.д.
2. Географические сообщества: это сообщества, отражающие социальные аспекты определенной страны, региона, города и т.д.
3. Сообщества потребителей: возможные тематические направления - автомашины, сотовые телефоны, компьютерные инновации и т.д.
4. Профессиональные сообщества: возможные тематические направления - бизнес, дизайн, IT.
5. Сообщества прямого общения: целью таких сообществ (так называемых сайтов знакомств) является установление дружеских или романтических отношений.
6. Гендерные сообщества.
7. Протестные сообщества: сообщества, специализирующие критическим отношением к людям, событиям, явлениям.
8. Маргинальные сообщества: сообщества, развивающие в среде Интернет культуру различных маргинальных групп (панки, готы, гопники и т.д.).

Источники и литература

- 1) Интернет в общественной жизни/ пер. с англ.- М.: Идея-Пресс/ Космополитический проект: имеет ли Интернет глобальное публичное значение? Томас К.Хилд. М, 2006. С. 128-154.

- 2) Малюк А.А., Полянская О.Ю., Алексеева И.Ю. Этика в сфере информационных технологий. М.: Горячая линия-Телеком, 2011.
- 3) Невесенко Е. Д. Специфика формирования и функционирования Интернет-сообществ: социальный аспект // Молодой ученый. — 2011. — №5. Т.2. — С1. 88-92. — URL <https://moluch.ru/archive/28/3133/> (дата обращения: 26.02.2018).
- 4) Andrews, Dorine C. (April 2001). "Audience specific online-community design". Communications of the ACM. 45(4): 64. Retrieved 6 February 2012.
- 5) Сообщества спорта: <https://www.sport-express.ru/>, <https://www.sport.ru/>.
- 6) Географические сообщества: <http://moscowwalks.ru/>, <https://www.spbtalk.ru/>
- 7) Сообщества прямого общения: <https://loveplanet.ru/>, <http://dating.ru/>.
- 8) Гендерные сообщества: <http://jenskiyforum.ru/> и <http://www.men-s-club.ru/>.
- 9) Протестные сообщества: <http://www.voinenet.ru/>, <http://vita.org.ru/>.
- 10) Профессиональные сообщества: <http://archiprofi.ru/> и <https://www.biznet.ru/>.
- 11) Сообщества потребителей: <http://poputisuspehom.ru/> и <https://www.autodela.ru/#&panel1-1>.
- 12) Субкультурные сообщества: сообщества кноперов(<http://www.yesasia.ru/>) и сообщества геймеров(<https://stopgame.ru/>).