

316.6/2(082)

Г 87

# Громадянське суспільство та проблеми становлення особистості

Збірник  
наукових  
праць

Випуск 3





виключати перегляд тих з них, що містять насильство; по-третє, допомагати дітям розвивати навички медіа-грамотності і відрізняти фантазію від реальності.

На макрорівні впливу ефективним буде впровадження новітніх освітніх технологій для батьків з метою підвищення їх рівня загальної культури та поширення досвіду використання новітніх виховних методик, обмеження доступу неповнолітніх на сайти з наявністю сцен еротики, насильства тощо.

#### Література

1. Змановская Е. В. Девиантология: психология отклоняющегося поведения. – М.: Академия, 2004. – 288 с.
2. Максимова Н. Ю. О склонности подростков к аддиктивному поведению // Психологический журнал. – 1996. – Т. 17. – № 3. – С. 149-152.
3. Менделевич В. Д. Психология девиантного поведения. – М.: МЕДпресс, 2001. – 432 с.
4. Эльконин Д. Б. Психология игры. – М.: Просвещение, 1999. – 372 с.
5. [www.civicua.org](http://www.civicua.org)
6. [www.news.join.co.ua](http://www.news.join.co.ua)

**Людмила Черноус**

## Мережа Інтернет як чинник становлення громадянського суспільства

*В статье предлагается авторское понимание особенностей влияния сети Интернет на формирование гражданского общества. В частности, делается попытка анализа понятия «социальный капитал» в современном контексте, уделяется отдельное внимание формированию социального капитала в сети Интернет. Автор считает, что Интернет приводит к удешевлению коммуникаций, принципиально упрощает процесс формирования общественных организаций разных масштабов, их направленности и децентрализирует управление, что способствует формированию гражданского общества.*

*In the article the author understanding of essence of influencing of network is offered the Internet on forming of civil society. In particular, given it a shot analysis of concept «Social capital» in a modern context, separate attention forming of social capital is spared in a network the Internet. The author considers, Internet, results in reduction of prices of communications, on principle simplifies the process of forming of public organizations of different scales and orientations and as much as possible releases from central management, that as a result conduces to the origin of civil society.*

Система масової комунікації є невід'ємною частиною повсякденного життя. Не можна залишити без уваги процес проникнення мережі Internet до комунікативного простору сучасної людини, її побуту і духовного життя, адже масова комунікація виступає специфічним макромеханізмом у суспільному середовищі. Саме вона значною мірою забезпечує цілісність людської спільноти, особливо її функція підтримання всезагального і універсального зв'язку між людьми.

Якщо розглядати Інтернет і особливо його найбільш поширений сервіс «WWW» як засіб масової інформації, то за своєю значущістю він має всі передумови для більш значного впливу на свідомість людини, її переконання та мотивацію, ніж телебачення, радіо та преса. У традиційних засобах масової інформації пересічна людина може лише спостерігати за розвитком подій, отримуючи запропоновану інформацію – потрібну і не потрібну їй. У мережі Інтернет немає таких проблем. Там можна отримати будь-яку спеціалізовану інформацію потрібного об'єму в будь-який час. Інтернет можна розглядати і як бібліотеку, і як магазин, і як засіб індивідуального та групового спілкування, де людина може грати різні ролі і здійснювати будь-які свої забаганки.

За визначенням Соціологічного енциклопедичного словника, громадянське суспільство - це суспільство, яке характеризується сферою спонтанного самопрояву індивідів і добровільно сформованих асоціацій та організацій громадян, що захищені від прямого втручання довільної регламентації їх діяльності з боку органів державної влади [1, с. 212]. Можемо зазначити, що саме інтернет-співтовариства є реальним прообразом ідеального громадянського суспільства.

Інтернет являє собою відбиток реального світу. Виникнення і розвиток віртуальних співтовариств пов'язані з проголошенням такої «соціальної форми», яка дає «можливості руйнувати соціальні межі і звільняти індивідів від соціальних впливів, групового тиску, робити незначущою статусну і владну диференціацію»[2]. У той же час поява цієї «соціальної форми» призводить до виникнення додаткових підстав для диференціації. У деяких роботах стверджується, що більш стійкі «віртуальні комунікації» ведуть до посилення розмежу-

вань в суспільстві, у той час як розмаїтість видів діяльності й участь відразу в безлічі «віртуальних співтовариств» знижує її рівень. Однак, підтримка такої розмаїтості вимагає значних витрат часу. Причому, на думку дослідників, диференціація і спочатку неорганізована фрагментація мережі надалі повинна привести до чіткої і упорядкованої стратифікації.

Розвиток нових інформаційних технологій і, насамперед, Інтернету призводить до росту «щільності» міжособистісних і міжгрупових комунікацій, але, що ще більш важливо, – створює можливість зміни потоку цих комунікацій, здатного реально трансформувати соціальну структуру суспільств. До такого визначення близькою є теорія соціального капіталу Р. Патнема і наукова ідея Ф. Фукуями, які визначили соціальний капітал як «підтвержені неформальні норми, що сприяють співробітництву між двома чи більшою чисельністю індивідів» [3].

Для аналізу соціальних наслідків поширення сучасних інформаційних технологій ефективним є використання сучасних економічних і соціологічних теорій «соціального капіталу», що обумовлені як «особливостями соціальної організації, так, як довірою, соціальними нормами, і мережами, що підвищують ефективність суспільства через полегшення координації дій».

Аналіз впливів нагромадження соціального капіталу у суспільстві традиційно проводиться за двома напрямками. З одного боку, акцент може робитися на вплив соціального капіталу як на ефективність «колективної дії», тобто підвищення ефективності вироблення рішень в галузі виробництва і розподілу суспільних благ. Так, за визначенням М. Вулкока, соціальний капітал може розглядатися на підставі чотирьох основних показників:

- ступеня розвитку горизонтальних зв'язків;
- характеру соціальних зв'язків у межах об'єднань;
- характеру взаємодії між цивільним суспільством і державою;
- якості керування державних установ [4].

З іншого боку, соціальний капітал може розглядатися з позицій підвищення ефективності діяльності окремих індивідів (наприклад, зростання прибутку окремого індивіда від установлення комунікації,

що передбачає високий рівень довіри між громадянами, поза зв'язком з колективними благами) [5].

Таким чином, соціальний капітал складає соціокультурний компонент сучасних суспільств, що накопичувався в різних формах, починаючи з епохи освіти, завдяки установі соціальних інститутів, установленню норм і прийняттю законів. Соціальний капітал розглядається як важливий фактор ефективного функціонування сучасної економіки й одночасно як умова стабільності ліберальної демократії, а його побудова, таким чином, стає завданням «іншого покоління» соціально-економічних реформ.

Існує ряд підходів до кількісного аналізу соціального капіталу. Р. Патнем запропонував вимірювати соціальний капітал шляхом підрахунку і додавання груп у суспільстві, використовуючи величину, що змінюється в часі і характеризує членство в спортивних клубах, лігах, літературних суспільствах, політичних клубах і т.п. З огляду на те, що кожна соціальна група характеризується різним рівнем «внутрішньої єдності і колективної дії», виникає необхідність у додаванні деякого якісного коефіцієнта, що дозволяє забезпечити «міру єдності» і внутрішні зв'язки груп.

Ф. Фукуяма [3] розглядає різні вияви соціального капіталу крізь призму концепції, що відома як «радіус довіри», де він розділяє всі групи, що утілюють соціальний капітал, відповідно до деякого радіуса довіри, тобто кола людей, серед яких діють спільні (кооперативні) норми. Якщо соціальний капітал групи робить «позитивне враження» на навколишнє середовище, то радіус довіри може бути більше, ніж сама група. Можливо також, що радіус довіри буде менше, ніж членство в групі, як це відбувається у великих організаціях, що сприяють виконанню спільних (кооперативних) норм тільки серед лідерів чи групи постійного штату, радіуси довіри можуть бути присутніми, починаючи від відносин між друзями до неурядових організацій і релігійних груп.

Тож, узагальнюючи розглянуті теорії щодо можливих напрямків впливу на соціальний капітал сучасних технологій, ми пропонуємо виділяти три ключових напрямки:

– розширення соціальних можливостей особистості по встановленню і підтримці комунікацій, що включає можливість вільного користування мережею Інтернет, створення „точок вільного доступу” в бібліотеках та учбових закладах;

– спрощення формування нових організацій і трансформація суспільства за рахунок росту їхньої кількості і масштабів в інших секторах економіки і соціального життя, шляхом державної підтримки організацій та підприємств, що використовують або виробляють високо технологічні продукти;

– трансформація діючих організацій, що пов'язана з поширенням горизонтальної, мережної системи комунікації на протипагу комунікації ієрархічної, з метою збільшення швидкості і якості управлінських рішень.

При дослідженні соціальних можливостей, що відкриваються в зв'язку з поширенням інтернет-технологій, ефективним є використання специфічних підходів до аналізу соціальних мереж, що активно розвиваються як напрямок сучасної соціології.

Такі технології, як ньюс-групи, веб-форуми, чати, блоги вже зараз ефективно забезпечують стрімке підвищення щільності зв'язків там, де раніше спостерігався дефіцит каналів комунікації, а саме у некомерційних, дозвільних, спортивних організаціях. З іншого боку, нові інформаційні технології до мінімуму знижують «порог входу» для встановлення нових комунікацій, розширення числа друзів і знайомих, ефективно сприяючи подоланню ефекту відчуженості, характерного для сучасних урбанізованих міст.

Поширення «галузевих» інтернет-ресурсів сприяє також розширенню неформальних контактів, вагомим наслідком чого стає більш демократична процедура поширення інформації про вакансії, що не підпадає звичайно на відкритий ринок робочої сили.

Зниження витрат на формування нових організацій, що зв'язане з поширенням Інтернету і нагромадженням досвіду роботи з ним, стає фактором нарощування числа нових некомерційних організацій. Разом з тим очевидно, що цілеспрямованими зусиллями цей процес може бути прискорений, наприклад, за рахунок надання відповідних

консультаційних послуг [6]. Це дозволить ефективно впливати на формування нових організацій із задалегідь заданими властивостями, збільшуючи соціальний капітал суспільства.

Створення інтернет-ресурсів часто носить комерційний характер, сайти та форуми окупаються за рахунок розташованої на них банерної чи іншої реклами. При цьому формування стійких співтовариств користувачів («ком'юніти») навколо тематично чітко обкресленого сайта одержало найбільший інтерес у сфері маркетингу (ідеальна сегментація ринку) [7].

Однак не менший інтерес являє формування «ком'юніти» навколо некомерційних ресурсів – наукових, освітніх, політичних, правозахисних, дозвільних. Фактично вони вже стали ядрами кристалізації і розвитку реально існуючих інститутів реального суспільства. Створення інтернет-ресурсів виявляється дуже ефективним інструментом спілкування з географічно розподіленими користувачами та організаціями у порівнянні з традиційними ЗМІ. Інтернет, призводячи до здешевлення комунікацій, принципово спростить процес формування громадянських організацій найрізноманітніших масштабів і спрямованості, максимально децентралізує можливості соціального управління.

### Література

7. Социологический энциклопедический словарь. Редактор-координатор – академик РАН Г.В. Осипов. - М.: Издательство НОРМА, 2000. – 488 с.
8. Postmes T., Spears R., Lea M. Breaking or building social boundaries? SIDE-Effects of computer-mediated communication // Communication Research. Vol. 25. No 6. December 1998. P. 689-715., P. 689.
9. Грицаенко В. Социальный капитал и гражданское общество. – Рец. на ст.: Fukuyama F. Social Capital and Civil Society (<http://scd.centro.ru/dover.zip>).
10. Woolcock M. Social capital and economic development: toward a theoretical synthesis and policy framework // Theory and Society. – 1998. – 27. – P. 151–208.
11. Glaeser E. The formation of social capital. – [S. l.]: Harvard Univ., March 2000. – Manuscript.
12. Абанкина Т. Влияние информационных технологий на некоммерческий маркетинг ([http://www.kollazh.ru/st\\_13.html](http://www.kollazh.ru/st_13.html)).
13. Бессуднов А. Community building: перспективный бизнес и гражданское общество (<http://internet.ru/article/articles/2000/10/03/4214.html>)