

Матвєєва О.\*

## ВІРТУАЛЬНІ СПІЛЬНОТИ ЯК ЧИННИК ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Широкий розвиток та освоєння комп'ютерних мереж створили сприятливі умови для виникнення нових соціальних утворень – віртуальних спільнот.

Розвиток інформаційних технологій за останні два десятиліття набув настільки масового й динамічного характеру, що наукова спільнота не встигає осмислювати та оцінювати його соціальні наслідки. Суспільство отримує такі технологічні засоби, до яких воно ще не завжди буває готовим.

Комп'ютерні мережі стали потужним засобом вирішення бізнесових, освітніх, комунікативних проблем суспільства. З їх появою виникла й можливість нових форм спілкування та взаємодії – мережних, окреслилась і проблема впорядкування такого спілкування, формування культурних та організаційних його засад як у просторі комп'ютерних мереж, так і поза ним. Виявилось, що традиційні (політичні, юридичні) засоби нормування тут не досить дієві, та й світова правова практика не завжди адекватна особливостям нового соціального середовища. Тому дослідження спільнот, які формуються внаслідок взаємодії людей у новому, мережному кіберпросторі, а також те, яку роль вони відіграють у соціальних процесах сучасності, є надзвичайно важливими.

Метою пропонованої статті є розгляд основних рис і особливостей віртуальної спільноти як специфічного конструкта через який відбувається політична комунікація.

Політична комунікація є своєрідним соціально-інформаційним полем політики, що з'єднує всі компоненти політичної сфери суспільства та структурує політичну діяльність.

Кожна політична система розгортає власну мережу політичної комунікації відповідно до своїх можливостей. Ця мережа розвивається одночасно з політичними структурами. Однак існує безпосередній зв'язок між рівнем економічного розвитку суспільства та рівнем розвитку структур політичної комунікації. Останній визначається як технічним рівнем передавання інформації, так і базовою ідеологією політичної системи.

Як і суспільства, політичні системи можуть бути ліберальними або авторитарними чи тоталітарними. Відповідну типологію мають і системи політичної комунікації.

Ліберальні структури політичної комунікації мають демократичний підхід, якщо існує постійний діалог між владою та суспільством. З погляду цієї концепції можна говорити про "уряд громадської думки", який є виявом демократії крізь призму взаємообміну інформацією між правителями та підлеглими.

Комунікація життєво необхідна політичній системі. Політичний аналіз має враховувати проблеми інформації та політичної комунікації в поєднанні з іншими проблемами, як це робиться в межах функціональної концепції дослідження політичної сфери суспільства.

Спочатку розглянемо загальні риси такого прояву мережної взаємодії у позакомп'ютерному просторі, як флешмоб (flash mob – миттєва юрба) – несподівана поява

\* аспірантка кафедри міжнародної інформації Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Даниленко С.І.

людей у задалегідь обумовленому місці в обумовлений час, організована шляхом передавання сценарію спільних дій через мобільні телефони та спеціалізований інтернет-сайт. При цьому, як правило, учасники виконують задалегідь домовлені дії і швидко розходяться. Зазвичай флешмоби проводяться без якоїсь серйозної мети, просто „для задоволення”.

Починаючи з середини 2003 року, у різних країнах світу один і той же персонаж – юрба, стала здійснювати незвичні акції. Перший флешмоб відбувся в Нью-Йорку: понад 150 чоловік одночасно увійшли до відділу меблів магазину „Масу’s” і попросили за десять тисяч доларів „любовний килим” для „приміської комуни”. В Римі близько 300 молодих людей завітали до книгарні й попросили неіснуючу книжку. Такий же за кількістю „миттєвий натовп” на кілька хвилин „просто так” заповнив лондонський меблевий салон. У Берліні 250 жартівників протягом трьох хвилин пили перед американським посольством шампанське з вигуками: „За Наташу!” В Москві юрба зустрічала на вокзалі якогось Володимира Володимировича. Рекордний за кількістю учасників флешмоб стався у серпні 2004 року, коли майже 1500 човнів з роздягнутими людьми пропливли озером Норман у США.

Перший в Україні флешмоб відбувся 16 серпня 2003 року о 17-й годині в „Глобусі” під майданом Незалежності. Зібралось з півтора десятка молодих людей у чорних окулярах, вони плескали в долоні та фотографували „об’єкт пальму”. За сценарієм молодики мали ще крикнути: „О, яка штука!”, але, мабуть, засоромилися. Подібні акції відбувалися й у Дніпропетровську, Львові, Луцьку.

Ідею флешмобу, як вважають, запропонував Г. Рейнгольд (Howard Rheingold), креативник і дослідник мережної культури. У книзі „Розумна юрба: наступна соціальна революція” („Smart Mob: The Next Social Revolution”) він пов’язує це явище з новою можливістю „групи людей організувати пряму колективну дію, яку вони були не здатні здійснити раніше, до появи Інтернету та мобільного телефону”. Г. Рейнгольд прогнозує у найближчі десятиліття як позитивні, так і негативні наслідки дій „розумної юрби” в усіх сферах суспільного життя. Прикладами такого впливу є, зокрема, дії антиглобалістів, які координують спільні акції протесту через Інтернет та мобільну телефонію.

На думку все того ж Г. Рейнгольда, флешмоб – породження й симптом мережного устрою нинішнього суспільства, провісник розвитку „розумної юрби”, яка спроможеться на організовані дії без участі попередньо організованих структур, діятиме лише на засадах усвідомлення необхідності спільної дії усіма індивідами, з яких вона складається. Згідно з такою точкою зору, не класи, етноси чи держави, не монополії чи корпорації, не владні вертикалі чи бандитські зграї визначатимуть структуру суспільства у найближчому майбутньому, а мережний зв’язок людей, що одночасно належать до різних і майже тотально віртуальних спільнот.

Саме у зв’язку з перспективою виникнення такого майбутнього і варто пильніше придивитися до флешмобу. Цей молодіжний рух свідомо ставить себе поза політикою, комерцією, екологією та будь-якими цілями, що їх можна осмислено сформулювати. Безглуздість проголошується єдиною і найвищою метою флешмобів. Деякі аналітики виводять цей рух із „рольових” об’єднань молоді – від хіппі, пацифістів і толкієністів до футбольних фанатів, кіберпанків та „грибних ельфів”. У Росії спостерігалися спроби використувати модний і „розкручений” бренд флешмобу різними політичними силами (зокрема, КПРФ) для агітації та „вуличної дії”, на що, звісно, зреагували органи правопорядку.

Технологічна база сучасних соціальних та політичних комунікацій дозволяє підтримувати інтерактивний зв’язок з тими чи іншими спільнотами на рівні індивідів. Але сама

людина та суспільство не готові до користування такими технологіями. Ми звикли, що люди створюють спільну систему діяльності (суспільство) лише опосередковано, через входження до складу тих або інших суспільних груп чи спільнот. Тому досить важко уявити „індивідуалізоване суспільство” (за визначенням англійського соціолога З. Баумана), де кожен індивід буде актором спільної дії безпосередньо, не прилучаючись попередньо до складу групи. Поява флешмобу здається чимось на зразок експерименту з вироблення в індивідів здатності до такого усуспільнення.

Основній масі людей про флешмоб мало що відомо, і мабуть тому від спокуси вивернути, як звичайно, усе навпаки, нікуди не подітися. Говорять вже про нові ігри. Наприклад, „tooththing” пропонує пошук за допомогою SMS-ок випадкової людини, готової вступити в сексуальний зв’язок у найнесподіванішому місці – на міському бульварі, в громадському туалеті чи в супермаркеті. Більш „м’яку” форму знайомств пропонують провайдери мобільного телефонного зв’язку – сервіс „мобільних знайомств”. Скоріш за все, подібна практика призводить до більшої індивідуалізації та виведення людини з культурних полів традиційної моралі, аби вона відшукувала нові засади власного буття в суспільстві. Для того, щоб існувало інформаційне суспільство, певна частина населення має перебувати у стані перманентного „вилучення” з суспільного простору, включеності до світу на рівні тілесних та психологічних перцепцій: саме за такого стану особистість активно сприймає інформаційний простір як онтологічну засаду власного життя, реагуючи на події в ньому.

Серйозніші люди встановлюють зв’язок за допомогою нових технологій створюючи мережні комп’ютери, що робить доступним користування високопродуктивними обчислювальними системами не тільки спеціальним корпораціям і урядам, а й „пересічним” громадянам. Інакше кажучи, доступ до засобів створення високоінтелектуального продукту може отримати людина, яка залучить до реалізації свого проекту певну кількість учасників, спроможних за допомогою мережі об’єднати свої електронні ресурси. Виходячи з того, що здатність створювати інформаційний продукт в сучасному світі є найважливішим ресурсом, значення появи таких угруповань важко переоцінити.

Традиційно доступ до подібних засобів був опосередкований ідеологією, інституціоналізованою у практиці здійснення політичної влади. Відбувалася також певна фільтрація за соціальними статусами. Для віртуальної спільноти не важливо, хто має статус „вченого”, а хто – ні: воно може реагувати безпосередньо на ідею та проект. Це значний ресурс розвитку суспільства (позбавлений бюрократичних гальм) та водночас і певна небезпека некритичного сприйняття антисуспільних проектів. Тому ситуація потребує продукування здатності мережних угруповань до критичності, створення відповідних референтних груп.

Як звичне та менш радикальне явище сприймаються комунікативні спільноти, що виникають власне у Мережі – так звані „network community” – мережні спільноти. Вони включають представників різних груп за інтересами – як традиційних (вчених, лікарів, літераторів, туристів, домогосподарок), так і нових, появу яких викликав розвиток кіберкомунікативних мереж.

Процес формування специфічних угруповань, що виникають на основі електронних мереж, соціологи, психологи, філософи вивчають трохи більше десяти років. Однак на запитання, якими соціальними рисами володіють ці віртуальні спільноти, відповіді ще немає. За цей час утворилося лиш певне концептуальне поле, в якому формуються основні теоретичні підходи до цієї та інших пов’язаних нею проблем. Так, О. Белінська [2] досліджує групову динаміку мережних спільнот, Д. Іванов [4] розглядає їх як прояв вір-

туалізації суспільства, А. Войскутинський [3] досліджує їх як форму групової діяльності. Культурологічний аспект явища розглядають О. Нестерова та В. Нестеров [7]. А. Круглов [6] аналізує соціальні аспекти спілкування з використанням комп'ютерів.

Культурологічний підхід характерний також для багатьох західних дослідників [10]. Відомий „гуру” мережних технологій у галузі соціології та економіки М. Кастельс [5] вважає їх основною формою соціального устрою, що домінуватиме в майбутньому інформаціоналістському суспільстві, яке розвивається вже сьогодні. Згадуваний Г. Рейнгольд [11] називає мережні спільноти „племенами завтрашнього дня”, вважаючи їх основною формою усупільнення майбутнього.

Слід зауважити, що віртуальні спільноти сучасні дослідники вивчають переважно або як феномен нової культури, що формується на засадах використання Інтернету, або з точки зору специфіки психологічних рис учасників таких спільнот, або з огляду на те, яку роль вони можуть відігравати у житті суспільства взагалі.

Термін „community” має кілька варіантів перекладу на українську мову: спільність, громада, спільнота. У різних контекстах вживають то один, то інший варіант, але на загал ці значення чітко не відрізняються.

В соціології утворилося певне значеннєве поле, закладене, зокрема, Г. Мейном, Е. Дюркгаймом, Ф. Тьонісом. Так, спільність (спільнота) розглядаються у протиставленні до суспільства, громадськості: *Gemeinschaft* і *Gesellschaft* у Ф. Тьоніса, статусне й контрактне суспільство у Г. Мейна, суспільство з механічною чи органічною солідарністю в Е. Дюркгайма.

Перше з протиставлених у парі понять означає громадські відносини, що відрізняються близькістю і стійкістю: статус у них скоріш приписаний, аніж досягнутий, а родинні зв'язки обумовлюються спільною територією та отримують значимість через загальну культуру. Друге означає безособові, скороминущі і договірні зв'язки, скоріш раціональні і розважливі, ніж емоційні: статус заснований на особистих якостях (є досягнутим), а відносини — на конкуренції, часто характеризуються відчуженням. Під впливом процесів індустріалізації й урбанізації відносини першого типу руйнуються, на їхньому місці виникають відносини другого типу. У соціологічній традиції, за винятком Г. Зімеля та його послідовників, про традиційне суспільство й обшинний уклад годиться говорити з ностальгією, надаючи йому вищої соціальної оцінки, ніж сучасному суспільству.

В соціологічній літературі найбільш поширеним визначенням community (спільності, співтовариства) є запропоноване Р. Хамманом [12]. Він виокремлює такі істотні характеристики community: це група людей, які вступають у регулярну соціальну взаємодію, мають певні зв'язки між собою та іншими членами групи, володіють спільною територією, принаймні – певний час.

Віртуальна спільнота, в цілому, зберігає всі ці істотні ознаки, за тим важливим винятком, що тут спільною для групи людей територією є віртуальний простір, безпосередньо виявлений через інтерфейси.

Є два принципово різні трактування віртуальної спільноти. Прихильники першої вважають, що така спільнота — це всі, хто використовує Інтернет для спілкування. Ці люди не вступають у міжперсональну взаємодію, але засвоюють загальний дискурс, стають носіями спільної віртуальної культури. Тому вони й об'єднані у „спільноту”.

З іншої точки зору, віртуальна спільнота — це локальна мережа реально взаємодіючих в Інтернеті людей, що використовують для цього той чи інший спільний для всієї групи засіб спілкування. Вони об'єднані за принципом більш-менш постійних контактів внаслідок спільного для них інтересу. Таке розуміння віртуальної спільноти за змістом

співпадає з класичним визначенням соціальної мережі, згідно з яким мережа є певним набором акторів та їх відносин [13]. З цієї позиції, у віртуальному просторі існує не одна, а дуже багато віртуальних спільнот. Вони спонтанно виникають, функціонують певний час і відмирають, якщо вичерпуються їх смисли.

В окремих працях ідея віртуальних спільнот одержує позитивну оцінку, оскільки, як вважають їх автори, у ній вирішується протиріччя між певною громадою і суспільством, традиційним і сучасним життєвим устроєм. Віртуальна спільнота, з одного боку, оживляє горизонтальні соціальні зв'язки, активізує нераціональне „спілкування заради спілкування”, створюючи можливість відчуття актуальної присутності в соціумі, а з іншого боку – піднімає ці зв'язки на глобальний рівень, виходить за межі певних територій.

Оскільки віртуальна спільнота — це не що інше, як триваюча дискусія (по суті – постійний обмін інформацією, думками, почуттями), то, мабуть, вона функціонуватиме в тому випадку, коли критична маса його учасників багатиме підтримувати розмову. Тут ключовими словами є слова „маса” і „бажання підтримувати”.

Віртуальне спілкування й комунікація стали важливим інструментом, що широко використовується в багатьох організаціях і все більше застосовується як метод спілкування усередині професійних і соціальних груп. Багато організацій, у зв'язку з різними характеристиками їх структури (територіальною роз'єднаністю окремих частин, великою кількістю членів, їх тимчасовою несумісністю), можуть втрачати свою цілісність. Утворення віртуальної спільноти в такій організації дозволило б відновити єдність, налагодити комунікацію між різними її компонентами.

Як уже відзначалося, основною умовою виникнення й підтримки стабільності віртуальної спільноти є наявність у її учасників інтересу до обміну інформацією. Якщо коло можливих учасників (фокусна група) майбутньої локальної віртуальної спільноти визначена, виникають додаткові умови її формування. Важливим стає рівень технічної підготовленості і віртуальної компетентності членів фокусної групи.

Обов'язкова умова — наявність загального інтересу — зберігає свою актуальність, але ті члени фокусної групи, що мають такий інтерес, повинні також мати доступ до Інтернету, навички елементарної роботи з Мережею і, крім того, прихильно ставитися до регулярного використання цієї комунікаційної технології. Такі додаткові умови значно змінюють суть справи. Якщо хоч одна з умов не виконується, то про жодну віртуальну спільноту не може бути й мови.

Однак, навіть за наявності всіх необхідних умов, завжди лишається певна невизначеність. Зародження спільноти є певною констеляцією подій, фактів. Вона не створюється за наказом, але без дотримання необхідних умов безперечно не виникне. Такими умовами можна вважати технічну підготовленість і компетентність. Під технічною підготовленістю розуміємо наявність доступу до Інтернету і технічну компетентність користувачів – членів фокусної групи (досвід роботи з Інтернетом). Віртуальна компетентність передбачає однакове ставлення членів фокусної групи до використання Мережі, досвід її використання для телекомунікації і спілкування та ступінь звичності роботи з нею.

Отже, якою є „соціальність реальності” віртуального світу?

По-перше, він суб'єктивно сприймається саме як простір, що виявляється в мові самоописів активних користувачів [14]. Не кажучи вже про традиційний „вхід” та „вихід”, багато хто описує своє перебування в Інтернеті як „подорож”, говорить, що „блукає” по Інтернету чи „йде” кудись. Загальноприйнятими стали просторові метафори — наприклад, „світи”, „області” чи „кімнати”. Термін „кіберпростір”, отже, віддзеркалює сприйняття Інтернету як простору, тобто певного місця, де можна бути, передає почуття перебування в певному середовищі.

Цікаво, що однією з характерних рис переживання телеприсутності є позачасове існування — при всій своїй мінливості, „плинності”, віртуальний простір існує для користувача актуально, „тут і зараз”, не маючи минулого й майбутнього [8].

На рівні суб'єктивного переживання перебування у віртуальній реальності формує в людини так званий „досвід потоку”, що характеризується поглинанням Мережею, самозабуттям, під час якого отримання результату стає чимось другорядним на тлі процесу. Актуалізація „досвіду потоку” супроводжується втратою почуття реального часу, проведеного за комп'ютером. Відзначається, що найяскравіше переживають „досвід потоку” люди, захоплені інформаційними технологіями.

Як і в будь-якій реальності, в Мережі виникає соціальне нормування. Наприклад, нормою є використання мережних ідентичностей – „ніків”, досить вільне сприйняття традиційних соціальних ознак.

Соціальні норми в мережних спільнотах вводяться і підтримуються їх творцями, тому вони є локальними, притаманними лише окремим спільнотам, які на власний розсуд їх встановлюють та регулюють. Водночас, незважаючи на ідеологію рівності, користувачі розрізняються за можливостями створення мережних норм, тобто фактично за статусами.

Соціальна ієрархія виникає за трьома показниками: по-перше, за доступом до мережних ресурсів (власники фрагментів Мережі, постійні її користувачі), який є продовженням „традиційної” соціальної ієрархії; по-друге, за навичками користувача мережних технологій (адміністратори, хакери тощо); по-третє, за креативними здібностями (досвідчені спеціалісти у позамережних питаннях).

Можна сказати, що в загальному вигляді виник розподіл на „офіційну” частину Інтернет-середовища (провайдери, модератори, ситемні адміністратори, юзери) та комп'ютерний андеграунд. Останній можна визначити як сукупність соціокультурних груп, що виникають та існують поза офіційно визнаними або інституційованими практиками використання комп'ютерних мереж. Андеграунд містить досить шкідливу палітру субкультур – від тих, хто негативно ставиться до нинішнього світоустрою, до тих, хто прагне позитивно його змінити, використовуючи новітні технології. До їх числа відносять хакерів (їх нараховується до дев'яти різновидів), крекерів, „піратів”, кібертерористів, санітарів, вірусмейкерів, кардерів, фрікерів, „інших”.

Цікаво, що одні й ті ж особи можуть одночасно належати до обох цих середовищ, використовуючи „офіційні” та „неофіційні” можливості кібермережі для задоволення своїх потреб. Прикладом такої двоїстості донедавна були порносайти. З одного боку, провайдери офіційно не визнавали їх необхідність, а з іншого – підтримували їх існування, бо користувачі специфічного інформаційного продукту забезпечували на початкових стадіях розвитку всесвітньої Мережі до 80 відсотків трафіку, тобто створювали фінансову основу там, де не було прямих інвестицій у технології.

Описові дослідження інтернет-комунікацій констатують наявність специфічних особливостей мови, соціальної ієрархії, індикаторів соціального статусу і соціальних норм, що, власне, й дозволяє говорити про віртуальні спільноти як про особливу соціальну субкультуру, що виникає на наших очах [15].

Отже, одним з наслідків розвитку Інтернет-технологій є виникнення віртуальної спільноти, члени якої: по-перше, мають почуття колективної ідентичності, ґрунтоване на використанні особливого жаргону, комунікативних норм, поділу спільних цінностей та ідеалів; по-друге, мають власні інтереси, пов'язані з використанням Інтернету; по-третє, готові захищати ці інтереси; по-четверте, здатні створювати системи спільної дії як у комунікативній Мережі, так і поза її межами; по-п'яте, середовище та технологію віртуаль-

них спільнот можуть використовувати і представники сил пока кіберпростором. Специфічною рисою мережних спільнот є їх нелокалізованість у просторі та здатність до високодинамічних дій і змін.

Інтернет сприяє розвитку процесу символічного обміну, при якому індивідуальне саморозуміння індивідів опосередковується символічними матеріалами з різних джерел [16].

Можна погодитися з Е. Мейо та Е. Ретлісбергером, які запропонували опис подібної організації як окремого випадку людської спільноти, особливої соціальності. Ключовими для організації є відносини „людина – людина”, „людина – група”. Головним регулятором є прийняті в групі норми поведінки. Структура будується на підставі первинних відносин індивідів, що складаються стихійно на основі взаємної прихильності, спільних інтересів тощо. У випадку з мережними спільнотами, ці відносини опосередковані формами організації засобів кіберспілкування – інтерфейсами та власноруч створюваними візуальними і символічними образами.

Істотну роль в інтеракціях відіграють шкала престижу й лідерство. Такі середовища можуть виникати для утворення неформальних компонентів організацій, що задовольняють соціальні потреби індивіда – вони дозволяють регулювати його поведінку через локальну громадську думку. Традиційні методи управління тут малоефективні. Єдиний метод впливу – через включення в ширшу культурну систему і через це – на мотиви та настановлення [9]. На нашу думку, такий підхід може забезпечити досить повний опис соціальних рис спільнот, що виникають у кібернетичній мережі. Однак самі ці спільноти, по-перше, ще досить нові та не мають власних нормативних регуляторів і, по-друге, є локальними, а часом і взагалі одиничними утвореннями, дуже нестійкими та невизначеними в часі і просторі. Тому подальші дослідження вимагатимуть вироблення більш специфічних понять та концептуальних підходів у цій галузі.

### Список використаної літератури:

1. Бахмин А. В. Сотрудничество и конфликт в виртуальном сообществе // Социологический журнал, 1997. №1/ 2. С. 65 – 92.
2. Белинская Е. П. К проблеме групповой динамики сетевого сообщества. 2-ая Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. Москва, 12 – 14 апреля 2000 г. М.: Экопсицентр РОСС. - С. 249 – 251.
3. Войскунский А. Е. (1997) Групповая игровая деятельность в Интернете // Психологический журнал, т. 20. С. 126 – 132.
4. Иванов Д. В. Виртуализация общества // Социология и социальная антропология. СПб., 1997.
5. Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. Под ред. В. Л. Иноземцева, 1999. С. 494 – 505.
6. Круглов А. Ю. Компьютерно-опосредованное общение как социальное явление / Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук, Санкт-Петербург, 2000.
7. Нестерова Е. И., Нестеров В. Ю. Некоторые аспекты коммуникационных процессов в Сети с точки зрения культурологии // 5-я Международная научно-практическая конференция Информационные системы и технологии „Виртуальный мир Инфосферы: практическое использование человеком”. Владивосток, 1998.
8. Носов Н. А. Психологические виртуальные реальности. М., 1994.

9. Пригожин А. И. Современная социология организаций. Москва: Интерпракс. 1995. С. 23.
10. Див, напр. Balsamo, A. Signal to noise: On the meaning of cyberpunk subculture // Communication in the age of virtual reality. LEA's communication series. (Frank Biocca, Mark R. Levy, Eds.), pp. 347 – 368.
11. <http://www.well.com/user/hlr/>
12. <http://www.socio.demon.co.uk/mphil/short.html> Hamman R. Computer Networks Linking Network Communities: A Study of the Effects of Computer Network Use Upon Pre-existing Communities. 1999.
13. Wasserman S., Faust K. Social Network Analysis: Methods and Applications. Cambridge University Press. P. 21.
14. <http://www.rider.edu/users/suler/psyber/identitymanage.html> Suler J. Identity Management in Cyberspace. 1996
15. Reid, Elizabeth M. Cultural Formations in Text-Based Virtual Realities. 1994; <http://www.ee.mu.oz.au/papers/emr/electropolis.htm> Reid, Elizabeth M. Electropolis: Communication and Community On Internet Relay Chat. 1991.
16. Thompson J. B. Social Theory and the Media. In: D. Crowley & D. Mitchel (eds.) 1995. P. 44.
17. Щербина В. Соціальні риси мережних спільнот // Соціальна психологія. - 2005. - № 2 (10). - С.139-149
18. [www.politik.org.ua](http://www.politik.org.ua)