

УДК 316.443

ЛИДЕРСТВО В ЛОКАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВАХ: ПРАКТИКА СОЦИАЛЬНО-СТРАТИФИКАЦИОННОГО АНАЛИЗА

© 2016 г. А. Б. Скуратов

Уральский федеральный университет, г. Екатеринбург

В статье рассматриваются стратификационные аспекты функционирования сетевых социумов, в частности, дается характеристика особенностей существования лидерства в локальных интернет-сообществах. Изучение проявлений различных аспектов лидерства в виртуальных группах базируется на практическом социологическом исследовании, целью которого стал социально-стратификационный анализ локальных интернет-сообществ, существующих в киберпространстве крупных российских городов. В результате обобщения теоретических положений и обработки полученных данных автор приходит к выводу, что лидерство является фактором, с одной стороны, обеспечивающим консолидацию социальной структуры локального интернет-комьюнити, а с другой стороны, выступает катализатором социальной мобильности и динамики стратификационной системы. Тезисы статьи возможно использовать при осуществлении социально-философского и социологического анализа явлений, вызванных развитием сети Интернет.

Ключевые слова: лидерство; виртуальное сообщество; интернет-сообщество; стратификация; информационное общество; социальная структура.

This article discusses aspects of the stratification of network societies, in particular given the existence of the characteristic features of leadership in the local Internet community. The study of the manifestations of various aspects of leadership in virtual groups based on a practical case study, the aim of which was social stratification analysis of local online communities that exist in cyberspace large Russian cities. The summary of theoretical positions and processing of the data, the author concludes that leadership is a factor, on the one hand, ensuring the consolidation of the social structure of the local Internet community, on the other hand, it acts as a catalyst of social mobility and stratification of the dynamics of the system. Abstracts of articles may be used in the implementation of socio-philosophical and sociological analysis of the phenomena caused by the development of the Internet.

Key words: leadership; virtual community; online community; stratification; information society; social structure.

Сеть Интернет как социальная система, ее роль в общественных процессах — область исследований, которая стала весьма актуальной в последние годы. За сравнительно короткий промежуток времени мы столкнулись с новой социальной реальностью, которая обладает самобытными чертами, закономерностями существования и развития. Исследователи фиксируют появление крупных интернет-со-

обществ (блогов и форумов), локализованных в пределах конкретных территорий. Формирование данных виртуальных групп происходит с двумя принципиальными особенностями:

1. Подавляющее большинство участников интернет-сообщества проживает в черте одного и того же крупного города.

2. Целью и предметом коммуникаций участников виртуального коллектива явля-

ются процессы или объекты, тем или иным образом локализованные в пределах этого города. Примерами таковых являются: виртуальные группы автолюбителей, подразделяющиеся по маркам автомобилей, сообщества молодых мам, обсуждающих вопросы материнства и ухода за детьми, сообщества пользователей интернет-провайдеров и многие другие.

Социологическая наука на сегодняшний день предоставляет наиболее полный набор инструментов для всестороннего исследования локальных интернет-сообществ и их соотношения с привычной и анализируемой на протяжении многих лет социальной реальностью.

Социально-стратификационный анализ локальных интернет-сообществ опирается на результаты повторного эмпирического исследования, проведенного в 2014 г. С целью анализа проявлений различных аспектов лидерства в современных локальных интернет-сообществах были проведены социологические исследования, в которых были применены два метода: интернет-опрос (объем выборки которого составил 406 человек) и экспертный опрос (в котором приняли участие 8 человек). Объектом исследования стали члены виртуальных интернет-сообществ, локализованных в пределах крупных российских городов. В качестве предмета исследования выступили мнения участников виртуальных групп об особенностях стратификационной структуры, наличии сетевых лидеров, специфике взаимодействий представителей различных страт локальных интернет-сообществ.

Рассматривая стратификацию в локальном интернет-сообществе, мы должны понимать, что данная стратификационная система — это подверженное динамичным процессам образование. Установив роли, статус

и позиции акторов, составляющих интернет-комьюнити, можно выявить лишь статичную модель стратификационной структуры сообщества. Для того, чтобы зафиксировать динамику социальных процессов в данной структуре, важно учитывать подверженные непрерывным изменениям характеристики индивидов, такие как авторитет, влияние и, прежде всего, лидерство.

В социологической науке существуют теории лидерства, которые полагаются на приоритетный анализ различных аспектов указанного социального феномена: трансформационные или харизматические модели, ситуативные модели, модели, базирующиеся на власти или влиянии [6]. Отдельные теории лидерства сформированы на базе теоретических концептов социального обмена [4]. На наш взгляд, относительно осуществляемых в локальных интернет-сообществах взаимодействий именно концепт социального обмена наиболее достоверно характеризует существующую в данных виртуальных группах социальную реальность.

Проведенный нами интернет-опрос показывает, что большинство участников локальных интернет-комьюнити (более 75% опрошенных) фиксируют наличие лидеров мнений в виртуальных сетевых социумах.

Кроме того, все участники экспертного опроса утвердительно и единогласно высказались о присутствии лидеров в локальных виртуальных коллективах.

Анализируя понятие «лидерства» в локальных интернет-сообществах, необходимо рассматривать не столько набор тех или иных субъективных качеств, сколько определенную способность индивида [5], реализуя обмен навыками и опытом, оказывать на других участников виртуальной группы социальное воздействие. При этом главной чертой лидера

Таблица 1

**Оценка респондентами наличия лидеров мнений
в локальных интернет-комьюнити (в %)**

Присутствуют ли лидеры мнений в виртуальном сообществе (те, чьи сообщения вызывают повышенный интерес и обладают бóльшим уровнем доверия)?	
Да	75,1
Нет	13,9
Не обращал(а) внимания	11

является оказание регулярной помощи иным участникам интернет-сообщества, включая процесс социализации. Второй по значимости характеристикой лидера являются предпринимаемые им активные усилия, которые существенно меняют в положительную сторону психологическое и эмоциональное состояние остальных участников группы. На третьем месте находится высокий уровень интеллектуального капитала в сфере знания, которая является профилирующей для данного сообщества.

Таким образом, «лидерская» способность выражается не столько в усвоении и ретрансляции существенных объемов информации, сколько в высокой степени осознания семантического наполнения контента, а кроме того, мотивов и особенностей поведения других участников сообщества. Так как социальные параметры интернет-группы имеют первичное значение (уровень развития, действующие социальные нормы, структура межличностных отношений и т.д.), а черты лидера виртуальной группы вторичны, именно интернет-сообщество влияет на формирование лидерских черт, культивируя тем самым определенный и вполне конкретный тип лидера.

Однако, с другой стороны, мы можем говорить о существенной роли лидеров в установлении и организации социальных норм в локальных интернет-сообществах. Палитра социальных ценностей, разделяемых лидерами сообщества, содействует формированию должных установок и у их последователей, а, следовательно, оказывает воздействие на характер социальной структуры. В связи с этим центры кристаллизации локального интернет-комьюнити заключаются в ин-

дивидах, имеющих авторитет среди остальных участников [3]. Таким образом, лидеры сообщества, обладая высоким социальным положением, становятся «лицом» интернет-комьюнити, в связи с этим общение с ними может свидетельствовать о принадлежности к локальной виртуальной группе. Джон Тернер утверждает, что «лидеры — это люди или социальные роли, оказывающие на членов своей группы большее влияние, чем другие. Как правило, они имеют высокий статус, занимают центральное место в коммуникационной структуре группы, и проявляемые ими инициативы более эффективны, нежели инициативы остальных членов группы, т.е. они намечают план действий, направляют их и руководят членами своей группы, которые следуют по намеченному ими пути и выполняют их рекомендации. Им принадлежит самая важная роль в выборе направления движения группы, в сохранении ее традиций и обычаев, и они вселяют в остальных членов группы уверенность в достижении стоящих перед ними целей» [2].

При этом лидерские роли, как утверждает в свою очередь Т. Парсонс, «могут быть дифференцированы в соответствии с внутренними для коллектива функциями, такими как *административные роли*, а также в соответствии с функциями, внешними для него (*представительные роли*)» [1]. Несмотря на это, в основе деятельности лидеров локальных интернет-сообществ лежит социальная функция интерпретации реальности, при осуществлении которой наступает синтез медийной реальности и реальности эмпирической.

Участник локального виртуального коллектива способен находиться под влиянием

Таблица 2

Оценка респондентами определяющих характеристик лидера локального виртуального сообщества (в %)

За счет чего некоторые участники становятся лидерами в виртуальном коллективе?	
За счет значительного уровня интеллектуального капитала в области, являющейся профилирующей для данного сообщества	21,8
За счет оказания регулярной помощи иным участникам виртуального коллектива, включая осуществление процесса социализации (вхождения) новых участников	46,9
За счет предпринимаемых активных усилий, которые существенно меняют в положительную сторону эмоциональное состояние остальных участников группы	31,3

Таблица 3

**Оценка респондентами присутствия нескольких лидеров
в локальном виртуальном сообществе (в %)**

Сколько лидеров мнений в локальном интернет-сообществе, участником которого вы являетесь?	
Ни одного	13,3
Один лидер	4,3
Два, три лидера	61,2
Более трех лидеров	21,2

нескольких лидеров. Так как сообщества подвержены перманентным эволюционным процессам, а черты индивидуума остаются более стабильными, то лидерство в некоторых случаях может переходить от одного участника виртуального коллектива к другому.

«В подгруппах ситуация различная. Специалист в одной теме оказывается «профаном» в другой» (из интервью Александра Калистратова, модератора Омского форума (Омск)). «... Мнения экспертов, лидеров пользуются особым спросом. Однако иногда в группе появляются и проявляются лидеры, которые до последнего времени таковыми не признавались» (из интервью Андрея Володина, администратора форума г. Березники). В то же время проведенный интернет-опрос указывает на то, что в редких случаях в локальном интернет-сообществе возможен лидер, который преобладает в большинстве подгрупп виртуального коллектива.

Таким образом, лидерство является фактором, с одной стороны, обеспечивающим консолидацию социальной структуры локального интернет-комьюнити, а с другой стороны, выступает катализатором социальной мобильности и динамики стратификационной системы. Являясь своего рода центрами «кристаллизации» социальной структуры, лидеры способствуют осуществлению коммуникативных взаимодействий, поддерживают стабильное существование стратификационной системы, определяют направление развития сообщества, способствуют процессам социализации участников комьюнити.

Литература

1. Парсонс Т. О социальных системах. / Под ред. В. Ф. Чесноковой и С. А. Белановского. — М.: Академический проект, 2002. — С. 222.
2. Тернер Д. Социальное влияние. — СПб.: Питер, 2003. — С. 187.
3. Donath J. Identity and Deception in the Virtual Community. / In: Smith M., Kollock P. (eds). Communities in Cyberspace. — N.Y.: Routledge, 1999.
4. Lerner J., Tirole J. The simple economics of open source. / NBER Working Paper 7600 (March). — Cambridge, MA: NBER, 2000. — Pp. 9–10.
5. Gerstner C.R., Day D.V. Meta-analytic review of Leader-member exchange theory: Correlates and construct issues // Journal of Applied Psychology, 1997. — Vol 82. — №6. — Pp. 816–847.
6. Giddens A. Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age. — Cambridge: Polity Press, 1991.
7. Meyrowitz J. No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior. — N.Y.: Oxford University Press, 1985. — Pp. 41–42.
8. Yukl G., Van Fleet D. Theory and Research on Leadership in Organizations. — Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press Inc., 1992. — Pp. 111–112.

Поступила в редакцию

15 марта 2016 г.



Скуратов Алексей Борисович — кандидат социологических наук, доцент кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Уральского федерального университета.

Skuratov Alexey Borisovich — Candidate of sociological Sciences, associate Professor of integrated marketing communications and branding of Ural Federal University.

620048, г. Екатеринбург, ул. Современников 25-30
25-30 Sovremennikov st., 620048, Ekaterinburg, Russia
Тел.: +7 (965) 537-08-80; e-mail: alex-skuratov@ya.ru
