

**Человек в информационном обществе****АГЕНТЫ ВИРТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА: СТРУКТУРА И  
ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ**

Статья рекомендована к публикации членом редакционного совета И.А. Алексеевой 16.11.2019

**Коблова Юлия Александровна**

*Кандидат экономических наук*

*Саратовский социально-экономический институт (филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова), кафедра  
экономической безопасности, доцент*

*Саратов, Российская Федерация*

*sovcova.yulya@gmail.com*

**Аннотация**

*В статье исследуется специфика формирования виртуального пространства в условиях современной информационно-сетевой экономики. Выделены типы действующих лиц в виртуальном пространстве – сетевые индивиды, сетевые субъекты, радикально-децентрализованные организации, метапрограммисты. Описаны мотивы их деятельности, основанные на сложившихся ценностях интернета, а также выявлены особенности поведенческих практик.*

**Ключевые слова**

*информация, виртуальное пространство, поведенческая теория, интернет-сообщество, социальные сети, коммуникация*

Интернет – эпохальное явление в масштабах истории человечества, открывающее неосвоенные пространства проблем, значимость которых обусловлена его стремительной эволюцией и распространением во всех сферах человеческой деятельности. Интернет оказывает активное влияние на социальные, экономические, политические процессы, создавая новые поведенческие модели и практики. В связи с этим особую актуальность приобретают фундаментальные исследования, отслеживающие трансформацию жизни общества под влиянием изменений, протекающих во Всемирной сети.

Целью настоящей статьи является выявление структуры и особенностей поведения субъектов (агентов), действующих в виртуальном пространстве интернета.

Институциональная структура виртуального пространства определяется нами, исходя из особенностей сетевых агентов – акторов и организаций, взаимодействующих и играющих в нем ключевую роль. Мы выделяем следующие виды сетевых агентов:

1. сетевой индивид (конкретный человек, интернет-пользователь),
2. сетевой субъект (небольшая контактная группа сетевых индивидов, объединенная общими интересами, устремлениями и мирозерцанием),
3. радикально-децентрализованная организация (большая неконтактная социокультурная группа, состоящая из сетевых индивидов),
4. «метапрограммист» (владелец интернет-медиа).

Развитие интернета создает новые возможности человеческой деятельности, приводит к появлению особых, небывалых прежде жизненных пространств, которые способствуют формированию новых человеческих типов.

Сетевые индивиды – это пользователи интернета, осуществляющие виртуальные действия, операции и транзакции с целью удовлетворения своих экономических, социальных, информационных, коммуникативных, политических и других потребностей. При этом сетевые индивиды способны мобилизовать ресурсы виртуального пространства для выполнения тех или иных функций, являясь альтернативным источником силы и влияния.

---

© Коблова Ю.А., 2020. Производство и хостинг журнала «Информационное общество» осуществляется Институтом развития информационного общества.

Данная статья распространяется на условиях международной лицензии Creative Commons «Атрибуция — Некоммерческое использование — На тех же условиях» Всемирная 4.0 (Creative Commons Attribution – NonCommercial - ShareAlike 4.0 International; CC BY-NC-SA 4.0). См. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.ru>

Поведение сетевых индивидов в виртуальном пространстве свидетельствует о разных его типах. Е.Ю. Патяева, изучающая «жизненные миры» человека сетевого выделяет следующие его виды (см. табл. 1).

Таблица 1. Типы человека сетевого

Тип человека сетевого	Характеристика
Сетевые зеваки	Бесцельное пребывание в виртуальном пространстве; общение со случайными интернет-собеседниками; просмотр рекламы, анимаций, мировых новостей
Сетевые потребители	Пользуются возможностями быстрого и легкого осуществления повседневных дел: покупка нужных вещей, поиск новых знакомых, общение и обмен мнениями с коллегами и друзьями, выражение политической позиции
Активные люди сети	Активная деятельность в сети, достижение целей посредством интернета, участие в конкурсах, решение задач. Хакеры, геймеры, блогеры, участники краудсорсинговых проектов, сотрудники «облачных предприятий», фрилансеры, ищущие информацию ученые
Сетевые работники	Повседневная работа в Сети, выполнение определенных обязанностей в условиях жестких временных, темповых и иных требований. Модераторы, менеджеры проектов, копирайтеры
Несетевой человек	Неудачные попытки в достижении той или иной цели: от совершения покупки до поиска нужной информации

Составлено на основе [1, 245-254].

Коммуникативная ситуация в традиционном обществе характеризовалась замкнутым количеством коммуникационных партнеров и информации. Коммуникационные процессы были локализованы и принципиально обозримы. Коммуникация протекала преимущественно между «своими», «чужие» символизировали мир, недоступный для коммуникации. Поэтому коммуникация в обществе имела четкие региональные координаты, противопоставляющие доступные территории – недоступным остальному миру [2].

Вместе с увеличением дистанции связь между людьми ослабевает. Современный участник коммуникации находится в иной ситуации. У коммуникации стирается непосредственное ощущение пространственных границ, а значит – и пространственной протяженности. Коммуникационная протяженность, т.е. то, сколько времени потребуются, чтобы информация достигла реципиента, определяется более не расстоянием, а совершенством техники. Таким образом, в виртуальном пространстве понятие «других» расширяется до всех, с кем мы взаимодействуем, оказывая влияние на них своими действиями. Круг общения человека больше не ограничивается несколькими десятками людей, а включает в себя сотни, а косвенным образом и миллионы незнакомцев.

Анализ поведенческих моделей сетевых индивидов, реализуемых в виртуальном пространстве, позволяет предположить, что в институциональных рамках интернета модель альтруистического поведения обладает несомненными эволюционными преимуществами над моделью корыстного рационального поведения.

При анализе взаимодействия сетевых индивидов в виртуальном пространстве полезно провести следующую систематику распределения выгод и издержек от взаимодействия двух людей (см. табл. 2).

Таблица 2. Классификация типов поведения: личные и чужие издержки и выигрыши

	Личные издержки	Личные выигрыши
Чужие выигрыши	Альтруизм	Симбиоз
Чужие издержки	Злость	Эгоизм

Источник: [3, 106].

В колонке слева перечисляются типы поведения, отвергающиеся аксиомой об эгоизме. Поведение считается *альтруистическим*, если награждает *другого* и приводит к собственным издержкам. Причинение другому ущерба с издержками для самого себя (левая нижняя ячейка) может стать следствием злости, зависти, стремления устранить неравенство (если другой богаче) или сильное желание наказать того, кто причинил вам или кому-либо другому вред или нарушил социальные нормы. Колонка справа – привычное поле действия экономистов. Поскольку в традиционной модели рыночный обмен происходит из эгоистических соображений, он должен быть выгодным для обеих сторон.

Эмпирические и экспериментальные данные свидетельствуют о том, что предпочтения по отношению к другим и ситуационные предпочтения очень важны. Существует поведение, которое невозможно объяснить в терминах корысти: добровольное выполнение опасных военных и других заданий, выполнение налоговых обязательств в размере, превышающем такой, который максимизирует ожидаемый доход, участие в различных видах коллективных действий и приверженность нормам и законам, когда их нарушение не будет обнаружено.

Фундаментальным основанием поведения сетевых индивидов в виртуальном пространстве выступает иерархизированная, многомерная, относительно устойчивая совокупность исторически сложившихся ценностей интернета, которые представляют собой обобщенные представления о наиболее значимых процессах и явлениях в пространстве сети, воспринимаемых пользователями как благо.

Е.Р. Южанинова выделяет следующих групп ценностей интернета: функциональные, общезначимые и индивидуальные (см. табл. 3).

Таблица 3. Ценности интернета

Группа ценностей	Виды ценностей	Характеристика
<b>Функциональные</b>	Гипертекст	Создание, хранение и использование информации, максимальная доступность текста для пользователя за счет быстрого и удобного осуществления поиска
	Сетевая организация взаимодействия	Открытость, доступность, демократизм, возможность быстрого решения проблем, перспективы быстрого и качественного подбора субъектов взаимодействия, прочность и способность сети перестраиваться под новые цели
	Виртуальная реальность	Порождение культурных идентичностей и моделей субъективности; возможность предстать в одном или нескольких аспектах и ракурсах восприятия
<b>Общезначимые ценности</b>	Свободный обмен информацией	Свободный и быстрый доступ к информации и обмен ею
	Коммуникация	Широкие возможности открытого общения между индивидами и целыми группами; преодоление рамок социальности, возраста, пола, индивидуальных особенностей, культуры, времени, пространства

Группа ценностей	Виды ценностей	Характеристика
	Игра	Дифференцированное представление о себе, опыт анализа собственных успехов и неудач, эмоции и впечатления
<b>Индивидуальные ценности</b>	Свобода	Возможность создавать свой виртуальный мир, не зависеть от общества, беспрепятственно выражать себя, отсутствие запретных тем
	Познание	Новые горизонты в образовании, научной деятельности, обмену опытом и знаниями практически с любым человеком, онлайн-библиотеки, онлайн-конференции
	Самовыражение и творчество	Творческая самореализация: создание личных сайтов, ведение блогов и интернет-страниц; компьютерный дизайн
	Развлечение и отдых	Реализация неотчуждаемого права человека на отдых
	Динамичность и подвижность	Способствует развитию
	Инициативность	Свобода в постановке задач и принятии решений
	Новаторство	Ориентирует на создание уникального продукта

Составлено на основе: [4, 80-86].

Объединенные взаимодействиями в виртуальном пространстве сетевые индивиды образуют новую форму институционального агента – сетевой субъект. Это относительно небольшая контактная группа сетевых индивидов, организованных вокруг общих проектов и интересов. В качестве акторов здесь также выступают люди, организованные в субсети. Сетевой субъект представляет собой платформы в виртуальном пространстве, предназначенные для самоорганизации индивидов и мобилизации сетевых ресурсов для реализации тех или иных целей. Организационно они выступают в форме различных виртуальных сообществ, групп, объединений, локализованных в виртуальном пространстве.

Описывая происхождение слова community (сообщество), Р. Уильямс замечает, что вначале оно использовалось для обозначения людей, проживающих в одном географическом месте [5]. В дальнейшем оно стало обозначать не только людей, объединенных географической близостью, но и людей, имеющих что-то общее, например, общие интересы. Впоследствии оно все больше отдалялось по своему значению от слова общество (society).

К этому термину обращались и классики социально-экономических наук – Э. Дюркгейм, К. Маркс, М. Вебер и их последователи. Терминологическая неоднозначность вокруг понятия «сообщество» связана с тем, что социальный конструкт, который описывается этим термином, постоянно изменяется и развивается.

Появление сети Интернет, и соответственно, интернет-сообществ вызвало новый интерес к сетевым сообществам. Возникли такие термины как «virtual community» (виртуальное сообщество), указывающий на виртуальный характер агрегации людей в виртуальном пространстве. Термин «online community» (онлайновое сообщество, сообщество «на связи») употребляется в противопоставление «off-line» сообществам и указывает на интерактивность общения и взаимодействия людей в виртуальном пространстве в реальном времени.

Сообщество характеризуется чувством сопричастности, братства, семьи, традиции, а также связями, основанными на понимании, согласии и единстве языка. Термин «сообщество» понимается как группа людей, которые участвуют в социальном взаимодействии в одном пространственном промежутке. Виртуальные сообщества можно определить как социальные агрегации, возникающие в Сети. Социальная сеть – это набор людей (или организаций), связанных

между собой набором социальных отношений, таких как дружба, совместная трудовая деятельность или информационный обмен [6].

Исходя из приведенных определений, понятия «сетевое сообщество» и «социальная сеть» несут одно смысловое значение – агрегация людей. Вместе с тем в термине «социальная сеть» акцентируется структурированность, организованность, инструментальность, а в термине «сетевое сообщество» – единение, понимание, дух.

Таким образом, сообщество – это множество людей опосредованно или непосредственно взаимосвязанных между собой общими целями, интересами, взглядами, занятиями, хобби, местом жительства, полом, национальностью, проблемами, обстоятельствами, в едином временном отрезке преодолевающих пространственную разделенность.

В сообщества могут входить индивиды, группы, части иных сообществ или сообщества меньшего масштаба и их комбинации. Сообщество или его часть может использовать несколько социальных сетей, так журналисты могут использовать «Twitter», «Facebook», «You Tube», «Live Journal» и иные ресурсы. В свою очередь социальная сеть может содержать несколько сообществ: на «You Tube» контент формируют не только журналисты, но и любители кошек и т.д.

Всякое сообщество специфично и отличается от других особенностями единства: пониманием, теорией, идеей, инструментализмом (умением решать задачи с помощью инструментов), конкретным профессионализмом, специфичностью объекта и предмета, особенностями временных локализаций в деятельности и общении. Любое сообщество имеет историю, контекст коммуникации, динамику изменений, оно может увеличиваться или уменьшаться, увеличивать свою активность или снижать.

Сообщества «интернет-эпохи» имеют принципиальную особенность. Виртуальные сообщества более динамичны, они быстро формируются, сплавляются, быстро преодолевают пространственную разделенность людей, быстрее возникают новые смыслы, идеи, перспективы, появляется множество новых групп с готовностью к действию.

Типизация сообществ и сетей на сегодняшний день представляет некоторую сложность, связанную с быстрым развитием технических средств коммуникации. Н. Семенов в докладе «Социальные сети, перспективы развития и способы монетизации» предлагает условную классификацию социальных сетей по типу, открытости информации, географическому охвату, уровню развития [7]. Можно типизировать сообщества по деятельности, самоидентификации, обеспечению. Данную типизацию можно дополнить через описание физических свойств сети сообщества. Если по одной оси расположить основные виды деятельности с соответствующей объектно-предметной ориентацией, то на другой можно расположить следующие характеристики:

- сетевая размерность (большая – малая);
- динамика (рост, сокращение, пульсации, стабильность);
- коммуникативная плотность (количество информации в единицу времени за некоторый временной период);
- уровень нагруженности (информационный, эмоциональный);
- скорость распространения информации;
- сетевая топология сообщества;
- функционально-технические возможности (от пропускной способности оборудования и софта до предоставления пользователю приложений и сервисов, т.е. возможности использовать видео, аудиоинформацию, делать запись, редакцию, вести поиск, совместную работу и прочее);

Также можно провести типизацию сообществ по их функциональному основанию:

- уровень способности порождать новые идеи;
- наличие специфических знаний, их глубина;
- количество и качество порождаемого контента;
- уровень сплоченности сообщества;
- уровень способности порождать группы по видам деятельности.

Таким образом, имея соответствующие данные, можно сравнительно описать и классифицировать любое сообщество.

К третьему виду сетевых агентов – акторов виртуального пространства – относятся новые *радикально-децентрализованные организации*, представляющие собой организационно-

управленческую модель сетевого сотрудничества, основанную на слабых связях между сетевыми индивидами.

Важной особенностью этой модели является то, что взаимодействие и координация между участниками осуществляется при отсутствии организационной иерархии при низком уровне институционализации, что позволяет реализовывать сложные распределенные проекты.

Первый сетевой проект такого масштаба и сложности – сетевая энциклопедия Википедия. В ней сочетается свобода и гибкость самоорганизующихся систем, что способствует формированию новой динамичной социальной среды. Функционирование данной организации основано на непрерывном коллективном труде по написанию и редактированию энциклопедических статей. Участники Википедии, осуществляя свои действия, следуют определенным правилам.

Успех проекта Википедии свидетельствует о том, что слабые связи, количество которых бесконечно велико в условиях виртуального пространства, имеют значительный потенциал, обеспечивают мобильность, активность и индивидуализм, обладают высокой способностью к развитию.

Виртуальное сообщество Википедии может быть описано в терминах теории «сообществ практики» (communities of practice) [8, 88-93]. Сообщество практики представляют собой группу людей, которые посредством взаимодействия совершенствуют свою квалификацию в процессе практической деятельности.

Х. Байтийе и Дж. Пфаффман выделяют пять основных мотивационных факторов деятельности участников сообществ практики:

1. стремление к обучению, внутренне присущее индивидам;
2. мотивация «потока», предполагающая высокую степень индивидуальной вовлеченности в работу;
3. состояние творчества при выполнении задачи;
4. социальная мотивация предполагает внутреннее ощущение взаимной связи участников проекта;
5. внешние факторы, влияющие на мотивацию (непосредственная выгода, текущие потребности, потенциальные возможности, укрепление репутации и др.).

Последний вид сетевых агентов – агенты «метапрограммирования» – это владельцы интернет-медиа и агенты, осуществляющие контроль над ними. В их числе правительства государств, социальные элиты, владельцы коммуникационных сетей, корпоративные спонсоры, менеджеры, редакторы, журналисты, сама интерактивная аудитория, осуществляющие действия в сети в соответствии со своим положением в сетевой иерархии. Вместе с тем реальная сетевая власть, способная создать и запрограммировать такую сеть, принадлежит владельцам медиакорпораций и интернет-медиа, как частным, так и государственным. Располагая достаточными финансовыми, законодательными, институциональными и технологическими возможностями для организации и управления сетями массовой коммуникации, в конечном счете, они решают, каким будет контент и формат коммуникации в сети. Целью их действий могут выступать прибыль, власть, культура и т.д. По утверждению М. Кастельса, в современном интернет-пространстве складывается сложная конфигурация взаимосвязей между мультимедийными корпоративными сетями, государственными системами и финансовыми акторами, которые в совокупности образуют метасеть, обладающую огромным властным потенциалом [9, 56-69].

Таким образом, мы описали структуру виртуального пространства исходя из особенностей действующих лиц, взаимодействующих и играющих в нем активную роль, объединенных общим названием – сетевые агенты. Среди них выделены сетевые индивиды, сетевые субъекты, радикально-децентрализованные организации, «метапрограммисты». Фундаментальным основанием поведения сетевых индивидов в виртуальном пространстве выступает иерархизированная, многомерная, относительно устойчивая совокупность исторически сложившихся ценностей интернета, представляющих собой обобщенные представления о наиболее значимых процессах и явлениях в пространстве сети, воспринимаемых пользователями как благо.

## Литература

1. Пятяева Е.Ю. Сетевой человек и его жизненные миры / Рождение коллективного разума: О новых законах сетевого социума и сетевой экономики и об их влиянии на поведение человека. Великая трансформация третьего тысячелетия. / под ред. Б.Б. Славина. М.: ЛЕНАНД, 2013. С.245-254.
2. Назарчук А.В. Новая коммуникативная ситуация: рождение сетевого общества. Философия и будущее цивилизации: тезисы докладов и выступлений IV Российского философского конгресса. (Москва, 24-28 мая 2005 г.) В 5 т. Т. 3. М., Современные тетради, 2005. С. 100-101.
3. Боулз С. Микроэкономика. Поведение, институты и эволюция: учебник. М.: Изд-во «Дело» АНХ, 2011. С. 106.
4. Южанинова Е.Р. Аксиосфера Интернета и ее морфология // Вестник Оренбургского государственного университета. 2013. №1 (150). С. 80-86.
5. Williams R. Keywords. Oxford: Oxford University Press, 1973.
6. Кремлева С.О. Сетевые сообщества. URL:<http://hr-portal.ru/article/so-kremleva-setevye-soobshchestva>
7. Семенов Н. Социальные сети, перспективы развития и способы монетизации. URL: <https://psycho.ru/library/2875>
8. Байтгийе Х., Пфаффман Дж. Добровольцы в Википедии: почему так важно сообщество / Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества: сб. науч. тр. / РАН ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. М., 2013. С. 88-93.
9. Мануэль Кастельс о власти и коммуникации в сетевом обществе / Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества: сб. науч. тр. / РАН ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. М., 2013. С. 56-69.

# VIRTUAL SPACE AGENTS: STRUCTURE AND FEATURES OF BEHAVIORAL MODELS

**Koblova, Yuliya Aleksandrovna**

*Candidate of economic sciences*

*Saratov Socio-Economic Institute (branch of Plekhanov Russian University of Economics), Department of economic security, associate professor*

*Saratov, Russian Federation*

*sovcova.yulya@gmail.com*

## Abstract

*The article explores the specifics of the formation of virtual space in a modern information and network economy. The types of actors in virtual spaces are distinguished: network individuals, network entities, radical decentralized organizations, metaprogrammers. The motives of their activities are described, based on the established values of the Internet. Also the features of behavioral practices are identified.*

## Keywords

*information, virtual space, behavioral theory, online community, social networks, communication*

## References

1. Patyayeva Ye.YU. Setevoy chelovek i yego zhiznennyye miry / Rozhdeniye kollektivnogo razuma: O novykh zakonakh setevogo sotsiума i setevoy ekonomiki i ob ikh vliyaniy na povedeniye cheloveka. Velikaya transformatsiya tret'yego tysyacheletiya. / pod red. B.B. Slavina. M.: LENAND, 2013. S.245-254.
2. Nazarchuk A.V. Novaya kommunikativnaya situatsiya: rozhdeniye setevogo obshchestva. Filosofiya i budushcheye tsivilizatsii: tezis dokladov i vystupleniy IV Rossiyskogo filosofskogo kongressa. (Moskva, 24-28 maya 2005 g.) V 5 t. T. 3. M., Sovremennyye tetradi, 2005. S. 100-101.
3. Boulz S. Mikroekonomika. Povedeniye, instituty i evolyutsiya: uchebnik. M.: Izd-vo «Delo» ANKH, 2011. S. 106.
4. Yuzhaninova Ye.R. Aksiosfera Interneta i yeye morfologiya // Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta. 2013. №1 (150). S. 80-86.
5. Williams R. Keywords. Oxford: Oxford University Press, 1973.
6. Kremleva S.O. Setevyye soobshchestva. URL:<http://hr-portal.ru/article/so-kremleva-setevyye-coobshchestva>
7. Semenov N. Sotsial'nyye seti, perspektivy razvitiya i sposoby monetizatsii. URL: <https://psycho.ru/library/2875>
8. Baytiyye KH., Pfaffman Dzh. Dobrovol'tsy v Vikipedii: pochemu tak vazhno soobshchestvo / Sotsial'nyye seti i virtual'nyye setevyye soobshchestva: sb. nauch. tr. / RAN INION. Tsentr sotsial. nauch.-inform. issled. M., 2013. S. 88-93.
9. Manuel' Kastel's o vlasti i kommunikatsii v setevom obshchestve / Sotsial'nyye seti i virtual'nyye setevyye soobshchestva: sb. nauch. tr. / RAN INION. Tsentr sotsial. nauch.-inform. issled. M., 2013. S. 56-69.