**Публикация в сборник: Междуинституционална  координация и работа в екип. 2011. съст. Елка Тодорова, София, Унив. изд. „Стопанство”, с. 31-45**

 **ВИРТУАЛНА ЕКИПНОСТ И/ИЛИ/ ВИРТУАЛНИ СУПЕРЗВЕЗДИ**

**Теменуга Ракаджийска**

*How would you know the difference between*

*the dream world and the real world?*
– The Matrix

*Въведение*

Да  се говори за прелом в епохата на „хипермодерните времена” (Жил Липовецки) е невъзможно без да се говори за виртуалността.  Обикновено се поставя въпросът: „Доколко виртуалната реалност е реалност?” и „Доколко и как съответства на обективирания свят?”. Когато в своята „Постмодерна етика” Зигмунд Бауман дефинира социалното пространство, той говори за три негови измерения, макар и припокриващи се – познавателно, естетическо и морално. Дали виртуалното е негово ново измерение или е само нова среда на видоизменящото се човечество? Дали новата технологична среда дава възможност за развитие на нови форми на екипност или само преповтаря това, което ни е познато от реалния свят? А може би отрича изцяло екипността и дава поле на изява на новия виртуален човек без идентификация, без телесност, номадстващ през неограничено количество виртуални роли и топоси без да е необходимо да преодолява институционални бариери и изяваващ се като виртуална суперзвезда. Това са въпросите, на които в тази статия ще се постарая не толкова да дам пределни отговори, а по-скоро да очертая рамките, в които според мен би трябвало да се търсят отговорите.

Според Скот Лаш, технологичната култура, културата на хиперобраза и хипертекста, измества познатата репрезентативна култура - културата на представянето, на наратива, дискурса и образа. Това води до "екстернализация на субективността", до превръщането на технологичната култура и на медиите в продължение на човека, а мястото на изчезващото социално (на социалните институции) се заема от homo communicans (Лаш 2004). Ролята на читателя, зрителя, публиката като цяло е изместена от потребителя, играча. Играчите напълно се потапят във високотехнологични светове, които, за разлика от традиционните игри в реалността, притежават много по-висока степен на симулативност и предоставят възможност за пълно проникване в и отдаване на играта. Така виртуалната реалност се преживява по същия начин, както децата преживяват играта като реалност.

1. *Виртуалността*[***[1]***](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftn1) *– нова география на социалността или ново качество на човечеството*

Може би Френсис Фукояма ще се окаже прав относно прогнозите си за края на историята и последния човек. Като че ли краят на света, който човечеството сътворява от началото на своя генезис, наистина предстои. Започва съществуването на нов, непознат и както обикновено се случва плашещ в редица свои параметри свят. Връщане назад няма. „Духът” е изпуснат от бутилката. Вероятно и първопроходците на виртуалната мрежа не са си давали точна представа каква „бутилка” отпушват[[2]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftn2). Човечеството досега не се е „натъквало” на такъв „дух”, който преобразява не просто начина на живот, но и същността на социалността, ако след време ще бъде правомерно да се говори за социалност, при положение, че социалността се схваща като целия процес на съграждане на човешките институции (Ракаджийска, 2010). По-вероятно е да се говори за ново качество на човечеството, защото виртуалността е нещо повече от онлайн комуникация, макар че има автори, които я свързват само с това. Според Д. Иванов за виртуализация на обществото може да се говори, доколкото в дейността на хората, в отношенията помежду им образите заместват реалността, но според Вл. Дулов настоящата промяна засяга самото проявление на менталността. Чрез новата комуникационна среда – Интернет, се формират нови, различни по вид и характер образования, които повечето автори все още титулуват използвайки традиционните понятия - виртуални общности (Райнголд[[3]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc%22%20%5Cl%20%22_ftn3%22%20%5Co%20%22)), виртуални  общества, виртуални организации и т.н., защото новите са в процес на създаване, апробиране и утвърждаване.

Невероятните за времето си прогнози на Майкъл Дертузо (2001) отдавна започват да се сбъдват - в не-много-близката 1981 г., той прогнозира обвързването на всички компютри в мрежа. Създаването на Интернет потвърждава думите му. Той предвещава същинското разгръщане на Информационната ера, когато целият живот ще "минава" през информационния пазар. Доскоро понятията „хардуер” и „софтуер” са основните параметри за очертаване на технологичната информационна революция, сега се въвежда ново – „мидълуер”. Всеки аспект от живота  се променя. Интернет става съсредоточие на голяма част от дейностите на хората, които преди се свързват само с едни или други реални институции. Виртуален пазар, виртуални познанства, виртуално сътрудничество, виртуални политически или граждански акции, виртуални парични потоци, които, макар и виртуални, могат да доведат до реални фалити на банкови институции, виртуални услуги и други виртуалности, описващи днешното както лично, така и бизнес ежедневие.

Виртуалността задава ново разбиране за пространството и времето, различно от следващото от кантовата идея за пространство-време и причинност. Сега те започват да се схващат като форми, действително  произведени от разсъдъка (Дулов). Защото комуникацията в Интернет, осъществявана в хипертекстуална среда[[4]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftn4),  компресира времето и преодолява пространството, умножава броя на едновременно съществуващите реалности (*multiple realities* на Шютц(1962))и сваля ограниченията пред конструирането на идентичността, като позволява да се преодолее тялото като „място на властта” (Хелд). Виртуалната идентификация е нов тип индентификация. Тя не е „сурогат на общността” (Бауман), защото идва да замести не отиващата си общност, а самата социална идентификация, която чрез уподобяване с различни съобщества, очертава уникалността на всеки.  Новите идентичности са постоянно променящи се, а колективните идентификации са само частични, избирателни и временни (Muggleton 2000). Естествено тази динамичност носи на индивида, групата, институцията известни рискове за маргинализиране, поради честата смяна на идентичността. Защото все пак за собствената си идентичност човешката личност се нуждае от групова такава.

Виртуалната идентичност дава възможност за перманентно пре-изобретяване на Аз-а. Лишен от телесност, виртуалният Аз може свободно да се рее от една online роля към друга, от една идентификация към друга, без да е непременно ангажиран със спазването на някакви наложени социални норми като осъществява безпрепятствено «електронно номадство». Виртуалните „пространства” като нови „места” за обитаване са рефлексия на лични ценности, убеждения, предпочитания, интереси и най-вече грамотност, но рефлексия, която може да остане скрита от погледа на другия. Големият въпрос който се налага е - създават ли online местата образци на поведение, приемат ли върху себе си тази изначална функция на човешката общност, която ражда доверие?

Отрасналото в  дигитална среда Интернет-поколение ежедневно плува в многоканална медийна среда. То развива изключителна способност за асоциативно мислене, защото едновременно в „различни прозорци” общува в социални мрежи като Facebook, Plaxo, Netlog или Twitter, гледа клипове или филми в Youtube, търси в Google информация за изпълнението на различни задължения и играе на интерактивна компютърна игра. Рефлексите и периферното зрение са значително по-добре развити у представителите на това поколение в сравнение с предишните. Дон Тапскот (2008) твърди, че способността за визуализация и изпълняването на няколко разнородни задачи едновременно формира нов тип интелигентност.

Дали обаче, новото състояние на ума може да бъде определено като интелигентност, ако интелигентността се свързва преди всичко с логическото мислене, а асоциативността е един по-ранен продукт на генезиса на човешкия разум? Защото бързата трансгресията особено от една към друга въображаема роля може да доведе до загуба на чувство за реалност, до повърхностни връзки, при които индивидите споделят информация, но запазват различието на гледните си точки (Turkle 1995 : 9-26).

Този тип слаби връзки (Грановетер) не дават усещането за „топлия кръг” (Розенберг), който дава подкрепата и според схващането на Хайдигер, Редфийлд и Тьониес е възможен чрез изначалното подръчно разбиране, основано на хомогенността. А тази хомогенност създава образци на поведение чрез общите действия и задава мисловна рамка, проникваща в дълбочината на явленията. Обаче с нахлуването на информационната вълна „границата между „вън” и „вътре” не може повече да бъде прокарвана, а още по-малко поддържана” (Бауман 2003:21). Тук няма да се спирам на аналитичното разгръщане на метафорите „виртуални светове”, „виртуални общности”, „виртуални човечества”, което прави Ал. Кьосев разривайки разлика между виртуална и въображаема общност, макар че в литературата, посветена на тези въпроси има разминаване по отношение на смисловата натовареност на тези ново-стари понятия, особено когато са интерпретирани от различни гледни точки – социално-семантическа, социологическа, философска или технологическа. Ще отбележа само, че действително общността променя своите измерения и този процес безспорно се базира на трансформацията в медиумите, които задават мулти-каналната и мулти-сензорната комуникация, при която класическата комуникативна схема на Шенън-Якобсон губи своите очертания. Запечатаната в дигитална форма информация може да бъде запазвана, копирана, архивирана, отваряна и затваряна във всеки едни момент, но трудно може да се разбере дали е споделена в този момент, дори ако е адресно отпратена, ако не последва отговор.

1. *Екипността в плен на виртуалността*

Информационната революция носи на човечеството нов начин на структуриране на институциите му (Тофлър  1991, Рийч 1992; 2000). Те стават ситуативни, гъвкави, динамични и като че ли се лишават от предписаното им  качество на йерархии. Все по-често в света се говори за гъвкави фирми на работа, работни екипи от асоциирани членове, сформирани само за решаване на дадена ситуация или за постигане на определена цел. Изследователите са запленени от магията на съвременния свят – мрежата. Тя, разбира се, не е нов феномен за човечеството. От момента на институционализиране на неговите първични общности, когато непосредствената принадлежност започва бавно, но сигурно да се замества от идентичността, персоналните мрежи започват да играят своята роля в живота на индивидите, която нараства с настъпването на Модерността и силната индивидуализация на личността. Тогава обаче се конституират и друг тип мрежи – бизнес мрежите под формата на корпорации. Малко по-късно се появяват и мрежите от граждански обединения. Сега скокът не е по-посока на формиране на мрежите, а по-посока на тяхното виртуализиране. Едни от първите сайтове насочени към създаване на социални мрежи в Интернет са Myspace, Facebook, Twitter.

Кризата води до истински бум в интереса към социалните мрежи в Интернет. Кевин Иърс (K. Eyres), който ръководи бизнеса на LinkedIn за Европа, отчита, че в края на 2009 г. в мрежата се е регистрирал по един нов потребител на секунда. За последните девет години, откакто съществува, като една от най-големите платформи с бизнес и професионална насоченост - LinkedIn, има вече над 31 млн. членове от цял свят. Нейният европейски еквивалент Xing също привлича милиони потребители.[[5]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftn5) Статистиките показват, че през последната година хората са прекарвали една от всеки 11 минути онлайн в социалните мрежи. Възрастовата група на потребителите също се променя, като въпреки очакванията най-голям ръст на активни потребители на Facebook се забелязва при по-възрастните. За 2008 г. към сайта са се присъединили 24 млн. души в диапазона 35-49 години и 13.6 милиона на възраст между 50 и 64 години. Колкото и да са спорни резултатите на проучванията, провеждани сред потребителите на различни сайтове, не може да се отрече тенденцията, очертана и от българските потребители, които все повече се ориентират към online общуването както в търсене на социални мрежи, така и бизнес практиките си[[6]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftn6). В сайта за бизнес контакти Zip.bg са регистрирани близо 100 брокери на ценни книжа от всички инвестиционни посредници и десетки журналисти, наред с други представители на бизнес средата. Zip.bg е единственият български сайт, в който имената се изписват единствено на кирилица, което улеснява търсенето на познати, като до момента са се регистрирали над 7 200 души (Йорданов 2007).

Виртуализира се преди всичко посредничеството. Колкото повече реалните общности „залязват”, колкото повече отчуждението намира място в забързаното ежедневие на хората, толкова повече нараства тенденцията „стремежът към общност” (Низбет) да се задоволява чрез възможностите, които предоставя глобалната мрежа. Формира се нов феномен – виртуалната екипност. Дали обаче виртуалните екипи са наистина екипи или са просто изградени виртуални мрежи? Виртуалната среда е благодатна почва за лесен достъп и лесни запознанства. Мигновената достъпност и интерактивност, свободата на избора (потребителят е не само свободен да прояви своя произвол - той непрекъснато е *подканян* от изскачащите link-ове да реализира своите предпочитания), липсата на явен контрол са предпоставките за улесняване на формиране на различни екипи. Всичко, което заобикаля отделния потребител във виртуалните светове, е user friendly. „Липса на граници между текстове ..., без затруднен достъп или достъп само за посветени, казано антропологически - без мъчителни ритуали на прехода” (Кьосев 2000), позволява едно перманентно преливане от екип в екип без страх от наказание от страна на „дисциплиниращата институция” (М. Фуко).

Липник и Стампс (1997) дефинират виртуалния екип като "група от личности, които взаимодействат помежду си с цел разрешаване на несвързани комплексни проблеми". Работа на екипа е организирана така, че се преодоляват пространствено-времевите и организационните граници, като членовете на екипа са свързани с помощта на базирани на web-технологиите комуникации (цит. по Маринов 2001). Според двамата автори, сдруженията в глобалната мрежа са по-отворени, по-лесно допускат до себе си нови членове, а дискусиите в тях са по-свободни, понякога и по-продуктивни.

Дискусиите върху виртуалните екипи се преплитат с дискусиите върху проблема за виртуалните общности. Различните автори се опитват да дават различни интерпретации и да правят различни класификации в зависимост от различните си изходни позиции. Едни поддържат становището, че виртуалните общности дублират реалните, само средата на комуникация е различна (Донат 1996, Рейнголд 1993,  Фигало 1998 и други), други се опитват да защитят визията за специфична разлика между едните и другите (Смит и Колок 1999, Джоунс 1997 и други).

Следвайки Е. Дюркем (2002), аз поддържам становището, че важен критерий за разграничението между общност и другите различни социални образования е създаването на общи образци на поведение. Въпросът е създават ли виртуалните общности такива? В резултат на много изследвания, проведени от различните цитирани автори може определено да се твърди, че виртуалната среда на хипертекста не дава възможност за сътворяване на образци на поведение. Ако една реална общност е трансгресирала (преминала *предела* на социалната реалност) във виртуална среда тя си остава такава и там, но с предварително формирани и следвани образци на поведение. Когато мрежата се формира на базата на различни интерфейси т.е. директно във виртуалната среда, според мен, няма възможност за създаване на общи образци на поведение и всеки от членовете на мрежата следва образците, които е интернализирал в процеса на собствената си социализация в реалните социални общности.

1. *3.     Виртуални екипи или виртуални суперзвезди*

Всъщност изначалната модерна дискусия - индивидуалност или екипност - вече векове наред приема идеологическата форма на противопоставка между либерализъм и централизъм, между пазарност и държавност, между тейларизъм и мейоизъм. Екипната работа в Европа води своето начало от 70-те години на ХХ век, когато мениджърите на Volvo променят радикално организацията на работа в един от заводите на компанията и създават организация на труда, наречена работа на полуавтономните екипи. Всъщност заменят съществуващите дотогава бригади, ръководени от мениджъри с “полуавтономни групи”, на които се спуща задачата и се оставят членовете на групата сами да вземат решения за нейното изпълнение. Полуавтономните групи поемат отговорността за качеството на това, което произвеждат, за разлика от преди, когато отговорността се поема изцяло от прекия ръководител. Всъщност именно те са предшествениците на днешните екипи. Примерът на Volvo е последван от мениджърите на други компании като Olivetti, SAAB, Philips и други.

През последните десетилетия светът на бизнеса буквално е залят от лавини от теоретизации върху екипната работа. Хиляди HRM-специалисти анализират, прогнозират и предписват как ще се развива и как трябва да се работи в екип за по-висока ефективност и рентабилност на бизнес процесите. Изписват се стотици хиляди страници за екипната работа и критериите за ефективност на екипите от световно известни имена като М. Армстронг, В. Хофбауер, продължи се през плеяда от имена като тези на Харви Робинсън и Майкъл Финлий, Кен Томпсън, които разискват какво пречи на екипите на работят и се стигне до български автори като Т. и С. Христови и други. Създадени са стотици хиляди консултантски агенции за разпространение на добри практики за teem-building, за да се стигне в крайна сметка до момента, когато в типичния си «авангарден» стил Лари Уингет ( 2007) пише:

„Смаян си, че се осмелявам да го кажа? Обиден си, защото екипът ти е всичко за теб? Няма значение. Екипната работа е умряла работа. Прав съм, всички останали грешат. В Amazon има повече от 46 000 книги с „екип” или „екипна работа” в заглавието. Те казват, че НЕ можеш да имаш успешен бизнес без екипна работа. Тези книги лъжат. Да, много добре ме чу: лъжат. Сигурно са ги писали хора, които никога не са притежавали фирми. Ако наистина бяха правили бизнес, щяха да знаят, че екипната работа е умряла работа и че лъжат хората, като им пробутват идея, която е пълна загуба на време.”

*Свръхзвездите* с обща цел успяват да работят заедно, и то много охотно, ако има други свръхзвезди, чийто талант и способности те уважават. Свръхзвездите обожават да работят с други свръхзвезди, които са страхотни в работата си. *Но това не е работа в екип.* Всеки човек трябва да се погажда с останалите до степента, необходима, за да се свърши работа. Да работиш с останалите, за да свършиш работата, не е същото, като да си „отборен играч”. Мисля, че Уингет има основания за това си твърдение. Както по-горе бе отбелязано не всяко сътрудничество може да бъде дефинирано като общностно или екипност, още повече осъщественото чрез виртуалната мрежа.

Хипертекстът „настанил” се във виртуалното пространство създава редица възможности за проява на индивидуалността на homo ludens – за индивидуален виртуален бизнес, за виртуална рекреативност на Аз-а, за индивидуално оползотворяване на свободното време, за индивидуално хакерство и други, т.е реални възможности за превръщането на всеки един в суперзвезда. Но възможна ли е „суперзвездната” трансформация без заложените във всяка една личност стандарти на поведение? Възможна ли е виртуална комуникация без семантичната интерпретация на дигиталната информация?  Възможно ли е виртуалните суперзвезди да изработят собствени словестни конотации[[7]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftn7), стоящи в основата на разбирането на заложената информация, след като досега конотациите се изработват в хилядолетната общността практика. Дали за пропусната запетайка ще се „обезглавяват”[[8]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftn8)  взаимно макар и виртуално или ще пропускат възможности за милиони лева? Потомците на Ной решили да построят кула, висока до небето. Като научил за това дръзко тяхно начинание, бог Йехова направил така, че събраните за строежа хора да започнат да говорят различни езици. Неразбирателството провалило реализацията на този велик замисъл на хората. Желанието да се строи Вавилонска кула е символ на неадекватни човешки свръхамбиции и на гордост, подценяващи слабостите на човешката природа. Дали и амбицията за свръхзвездност във виртуалната реалност не наподобява тази стара притча? Как ли биха изглеждали програмите, на които се базират  виртуалните комуникации, ако програмистите в ролята си на суперзвезди не са се доразбрали за конотациите на езиците, които използват? Вероятно така, както изглеждат в сайтовете на Google преводите от един език на друг – всичко е налице, но значението на съдържанието липсва. Вероятно виртуалността задава новата ера на *суперзвездността*. Не напразно още през 1987 г. се създава Световната бизнес академия, чиято основна мисия е да създава устойчиви бизнес стратегии, лидер-коучинг, развитие на добри практики за устойчиво развитие. Днес тя е платформа за сътрудничество между най-напредничавите бизнес лидери, предприемачи и учени в света, които са осъзнати за решаващата роля на бизнеса за развитието на обществото в 21-ви век. Все пак, според, мен, не може да се игнорира фактът, че всяка суперзвезда е рожба на социалността и по-специално на общността. Затова и целите, които си поставя Световната бизнес академия се свързват с ценности насочени към развитие на обществото като социална, а не виртуална реалност:

* Да промени осъзнатостта на бизнес лидерите от обслужване на собствените интереси към лидерство в служене на цялото;
* Да промени осъзнатостта на младите хора, които навлизат в бизнеса, по-точно чрез бизнес училищата, така, че те да гледат на себе си като хора, които навлизат в една благородна професия, а не в джунгла;
* Да промени осъзнатостта на обществото като цяло така, че хората да харчат парите си там, където са техните ценности.

*Вместо заключение: Размисли върху още един параметър на виртуалното пространство*

Тим Бернарс Лий (създателят на web) предполага, че мрежата ще се превърне в особен канал за комуникация, където хората ще се разбират по-добре и като резултат работата им ще стане по-ефективна. Мечтата на  Тим Бернарс Лий е web да се превърне в интерактивно (интеркреативно) пространство, т.е. всички съществуващи данни и документи да бъдат интегрирани с помощта на ефективни програмни езици в един глобален хипертекст - където всичко е свързано с всичко и с всеки. Предизвикателството е огромно. Възникна едно ново понятие, което по-добре съответства на концепциите за виртуалност и това е "семантичен web". Семантичният web създава възможност за висока степен на неформална комуникация, тъй като липсват определени формални правила, норми и процедури. Персонифицирана и ориентирана към ключови групи и проблеми, неформалната комуникация в същото време е интерактивна. Естествено неформалното взаимодействие детерминира мрежови структури, където личностите са непосредствено обвързани с определени задачи (Маринов 2001).

Със създаването на виртуални светове от типа на Second Life (проектът е дело на американската компания Linden Lab)[[9]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftn9) мечтата на Лий започва да се реализира на практика. В Мрежата традиционните социални институти не могат да функционират във вида на нормални структури, но те съществуват като образи, които може да се транслират и манипулират. Това създава предпоставки за живот в епохата на икономика на образите.

Като съпоставя съдържанието на теоретичните абстракции за информационно общество, създадени от анализатори като Д. Бел, А. Тофлър, З. Бжежински, П. Дръкър, Е. Масуда и други с реализацията на техните предвиждания, Д. Иванов констатира, че принципната разлика се заключава в това, че сега има неизмеримо повече комуникации, а не повече информационни модели и че зад думата "информация" се крие именно комуникация, а не знание. По-информиран човек е не този, който повече знае, а онзи, който участва в по-голям брой комуникации. В Интернет не се създава никакво знание, но затова пък той многократно увеличава възможностите за осъществяване на комуникации. Печалба носи не информацията като такава, не предаването на данни за свойствата на стоката/услугата, т.е. рационалната денотация, а създаването на образ, мобилизиращ афективни конотации.

Институционалността в Интернет, според него, се симулира: на комуникациите се придава образ на институционални действия, ако това се изисква от навика и от стандартите на възприятие на партньорите в комуникацията. Вероятно това е и предпоставката виртуалната икономика да предпоставя реализацията на виртуалните суперзвезди, а не на екипите. А може би  именно поколението на виртуалните суперзвезди ще реализира епохата на „свободно асоциираните индивидуалности”(Маркс).

*Литература:*

Георгиева, В. *Субкултурите като виртуални общности*. Семинар BG, Бр. 3, 17 май 2010 Online version, <http://www.seminar-bg.eu/index.php?option=com_content&task=view&id=232&Itemid=66>

Дертузо, М., 2001. *Какво ще бъде? Как светът на информацията ще промени живота ни?* С. Жар-Жанет Аргирова.

Дичев, Ив., 2009 *Граждани отвъд местата: Нови мобилности, нови граници, нови форми на обитаване*. С., Просвета.

Дюркем, Е., 2002. За *разделението  на обществения труд*. София: СОНМ

Иванов, Д. В. *Идеята за информационно общество и Интернет*. Online version
[www.soc.pu.ru:8101/persons/dvi/home.html](http://www.soc.pu.ru:8101/persons/dvi/home.html)

Иванов Д. В. *Виртуализация общества // Социология и социальная антропология*. СПб., 1997

Йорданов, М., *Лицето на Химимпорт влезе в ZIP.BG*, Investor.BG. 25.04.2007 <http://www.investor.bg/?cat=5&id=51569>

Кьосев, Ал., 2000., *Виртуални общности срещу въображаеми общности*. Online version <http://liternet.bg/publish4/akiossev/virtualni.htm>

Лаш, С., 2004. *Критика на информацията*. София: ИК”Кота”

Маринов, Р. 2001. *Бъдещето е на виртуално-семантичната комуникация*. МРЕЖ@, *бр.4, стр.13, година VIII 2001г.,* On-line version, <http://www.euro2001.net/issues/4_2001/4br13.htm>

Рийч, Р., 1992. *Трудът на нациите. Как да се подготвим за капитализма на ХХІ век*. София: Унив. изд. “Св. Климент Охридски”

Рейч, Р., 2002. *Бъдещото н@ успеха*. София: Кръгозор

Унгет, Л., 2007. Спри да хленчиш! Размърдай си задника. С. Изд. Кръгозор

Унгет, Л., 2010. Безцеремонно 365 дни с най-доброто от Лари Уингет. С., Изд. Skyprint

Muggleton, D., 2000 *Inside Subculture: The Post-Modern Meaning of Style.* Oxford: Berg.

Rheingold, H.. 1993 *The Virtual Community*, Online version <http://www.rheingold.com/vc/book/>

Robbinsq H., M. Finley, 1998. The New. Why Teams Don’t Work. What Goes Wrong and How to Make It Right

Schütz, A. 1962 "On Multiple Realities", In: *Collected Papers,* vol.I*: The Problem of Social Reality*, The Hague, Martinus Nijhoff

Tapscott, D. 2008. *Grown Up Digital*, McGraw Hill, New York

Turkle, Sh. 1995 *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, London: Phenix.

[[1]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftnref1)Тук няма да се занимавам с въпросите на онтологичността, гносеологичността, технологичността и семиотичността на виртуалността – по тези въпроси могат да се видят: Дацюк, С. 2008. Теории виртуалности. Киев; Богданов, Б., 2004 Култура и интернет-култура. В: Социологически проблеми, кн. 3-4; Дичев, Ив. 2009. Стихията на виртуалните емоции. Online version; Маклуън, Ж. 1995. Закони на медиите, С. Унв. изд. „Св. Климент Охридски”; Лаш, С., 2004. *Критика на информацията*. София: ИК”Кота” и други.

[[2]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftnref2) През 1972 г. е изобретена първата компютърна програма за изпращане и получаване на електронна поща (e-mail). Следващата година се появяват и първите възли на ARPANET, намиращи се извън САЩ -- в Англия и Норвегия. През 1974 г. е публикуван и първият стандарт за протокол за пакетна връзка (TCP). През следващите години се появява стандарт UUCP (Unix to Unix Copy), а през 1979 г. - основаната на него система за обмен на електронни новини USENET. От 1993 г. започва епохата на WWW (World Wide Web). Интернет е  вид технология за общуване между хората, но докато при традиционните масмедии връзката между издателя на информацията и потребителя й е едностранна, то при Интернет всеки участник в информационния обмен е равноправен - няма техническа разлика между издател и читател. Интернет е свободно организирано международно взаимодействие от автономни, но свързани мрежи, осигуряващи комуникация от типа компютър-компютър, чрез доброволно използване на протоколи и процедури, дефинирани от Стандартите на Интернет. Съществуват и изолирани мрежи, които не са свързани с Интернет, но използват неговите стандарти, както и международни компютърни мрежи, които ползват други ("неинтернетски'') стандарти за връзка, например BITNET. Много от големите "неинтернетски'' мрежи се приобщават към Интернет чрез входно-изходни точки или просто постепенно се разтварят в него, като възприемат стандартите му. <http://internetrabotta.blogspot.com/2010/11/0078.html>

[[3]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftnref3) Когато Рейнголд през 1993 г. пише своята книга „Виртуалната общност”, всъщност той описва опита да се създаде виртуална комуникация между членове на бивша социална хипи-общност.  Основана от Стюарт Бранд и Лари Брилиант, "двама другари от предишната културна революция", според израза на Рейнголд, *The WELL* е електронното продължение на The Whole Earth Catalog  - изданието, което събира потребителите на американската контракултура, издавано от същия Стюарт Бранд в периода между 1968 и 1971 и с известни прекъсвания през 70-те и 80-те години. По късно авторът предполага, че въвеждането на понятието е било грешка.

[[4]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftnref4) „Комуникациите във виртуалното пространство са интерактивни, гъвкави и базирани на електронния хиперобраз. Тук вече най-простото и същевременно най-въздействащо съобщение е образът и този образ доминира при символния тип манипулация. Един път програмирана ли е мрежата, този код се превръща автоматично в задължителен за всички. Може би затова в момента се води гигантска битка кой да определя мрежовите правила и кодове. Базираните на информацията мрежи постепенно ще елиминират - и това се доказва от практиката - всеки друг тип организация с различна социална логика. Доминиращият език вече е този на хипертекста. Хипертекстът се превръща в основно средство за комуникация и неговите възможности без ограничение ще се използват от бъдещите комуникатори.” (Маринов 2001); „Структурата на виртуалната среда не може да бъде мислена чрез метафорите на универсалната хомогенна територия (свят, планета, страна, родина). Тя е верижна, йерархична или дървообразна, хипертекстуална, тя навързва полета, преплита информационни и аудиовизуални региони, които се отварят като китайски кутийки един в друг, позволява внезапни hyper-link прескоци. Тя кара "сърфиращият" (а не общуващият, не четящият) да се движи според предпочитанията си по потенциално безкрайни съзвездия от различни виртуални форми на живот. За разлика от абстрактно-универсалните и хомогенни въображаеми общности на книгата, (които се мислят и локализирани към подобни имагинерни топоси), виртуалните "светове" пазят своята индивидуализирана конкретност и хетерогенност на най-различни "места", "страници", "адреси", "бази" - само че верижните им навързвания са потенциално безкрайни”. (Кьосев 2000)

[[5]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftnref5) <http://www.karieri.bg/show/?storyid=696139>

[[6]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftnref6) За българските виртуални общности виж: Кирова, Л., Българските виртуални общности. Liternet, 30.05.2008, №5, която смята, че през последните години се наблюдава изменения в българското Интернет пространство, доколкото намалява тежестта на технологичното за сметка на социалното.

[[7]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftnref7) Придобивайки едно основно значение, всяка дума разгръща своя собствена система от други (вторични) значения, свързани с основното, но така, че те могат да бъдат много близки с него, но могат и да се отдалечат доста от първоизточника. Тази особеност на значението на думите се нарича с термина “конотация”.

[[8]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftnref8) Има голяма разлика между: “Да се освободи, не да се обезглави!”  и “Да се освободи - не, да се обезглави!”. Една смъртна присъда е приведена в изпълнение, вместо да бъде отменена. Причина за това е писарят, който пишел заповедта и объркал мястото на препинателните знаци.

[[9]](http://blogs.unwe.bg/Articles/%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90%20%D0%95%D0%9A%D0%98%D0%9F%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%20%D0%98%28%D0%98%D0%9B%D0%98%29%20%D0%92%D0%98%D0%A0%D0%A2%D0%A3%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%98%20%D0%A1%D0%A3%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%92%D0%95%D0%97%D0%94%D0%98%20-%20%D0%A2.%D0%A0..doc#_ftnref9) Много и различни са характеристиките на този тип виртуални продукти, които създават второ поколение виртуални пространства, но общото между тях е споделеното пространство от много потребители, графичен интерфейс (най-често симулиращ дву- или триизмерно пространство), взаимодействие, което се случва в реално време, възможност потребителите да създават и доразвиват цифровото съдържание, цялост на процесите, времето и мястото, без значение къде се намират потребителите. Една от най-съществените характеристики на виртуалните светове според някои е новата форма на социални контакти и създаването на общности. Виртуалните светове от ново поколение позволяват да бъдат смесени игровите елементи с електронния бизнес или реклама, което превръща този тип сървъри в явление с икономически характер. Един анализ на икономиката на Second Life, публикуван миналия декември в The Guardian, сочи, че около 144 000 резиденти печелят пари във виртуалния свят. Една от интересните характеристики на Second Life, за разлика от останалите виртуални светове е, че в него не Linden Lab, а самите потребители създават много от предметите и останалото съдържание. IBM например е една от компаниите, които все по-често организират своите конференции в Second Life, събирайки в него стотици свои служители, посредством техните аватари. Източник: [PC World - бр. 6, 2007](http://pcworld.bg/?call=USE~records;&page=paper&id=381) / [Lifestyle](http://pcworld.bg/?call=USE~category;&catid=113)