

Раздел IV. Тезисы

О.А. ГРИМОВ

САМОКОНСТРУИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

***Аннотация:** Социальные сети как средство Интернет-коммуникации представляют собой уникальную среду, которая характеризуется отсутствием пространственно-временных ограничений, виртуализацией всевозможных видов деятельности и мозаичностью информационных потоков. Данные особенности, как заключает автор, определяют широкие возможности осуществления социокультурных практик, которые составляют в совокупности самоконструирование личности.*

***Abstract:** Social networking services as an Internet-communication channel are a unique field characterized with an absence of spatial-temporal limitations, a virtualization of practices and a mozaicity of informational streams. It is suggested, that these features determine the wide possibilities of socio-cultural practices defined as personal self-construction.*

***Ключевые слова:** социальные сети, социокультурные практики, личность, самоконструирование, Интернет-коммуникация.*

***Keywords:** social networking services, socio-cultural practices, personality, self-construction, Internet-communication.*

В системе современных средств электронной коммуникации особое место занимают социальные сети, которые понимаются нами как интерактивные веб-сервисы, ориентированные на самопрезентацию и коммуникацию пользователей, наполняющих Интернет-ресурс определённым контентом (информацией, содержимым). Социальные сети, по сути, представляют собой виртуальную социальную среду, которая позволяет осуществлять межличностную и групповую коммуникацию. Связь и обще-

ние в них осуществляется посредством сервиса внутренней почты или системы мгновенного обмена сообщениями.

В числе основных отличительных особенностей социальных сетей от других средств Интернет-коммуникации можно выделить:

1) возможность *самопрезентации* пользователя – обеспечивается путём создания пользовательского профиля (личной страницы, аккаунта) – где пользователь может опубликовать информацию о себе: фотографию, дату рождения, место жительства, школу, университет, интересы, место работы и т.д.;

2) *контакт-лист* (френд-лист) – список друзей (других пользователей сети, с которыми налажена связь);

3) возможность *кооперации* (ведение группового блога, коллективное создание контента, создание сообществ).

Социальные сети как социокультурный феномен формируются в определённых, конкретно-исторических условиях развития информационно-коммуникативной культуры. Обеспечение решительного переворота в сфере коммуникации, осуществляемое посредством развития новых средств Интернет-коммуникации, обогащение их функциональных особенностей и возможностей самоосуществления личности в них определяется новым уровнем развития информационно-коммуникативной культуры, в частности информационной культуры пользователей, их коммуникативных потребностей и целей. Таким образом, объективно возникающая в рамках информационно-коммуникативной культуры потребность в развитии, изменении социальных сетей вызывает выход их на качественно иной технологический уровень. В свою очередь, социальные сети как феномен информационно-коммуникативной культуры служат новым средством самоосуществления личности – т.е., сферой реализации многочисленных социокультурных практик. Основу их осуществления в социальных сетях составляет коммуникация как стержень информационно-коммуникативной культуры.

Н.А. Сляднева отмечает: «Информационная эпоха (и, прежде всего, интернет) кардинально изменила привычную логику бытия. В Интернет-пространстве наряду с традиционными ресурсами (их можно обозначить как информационно-содержательные) возникли и занимают все большее место ресурсы информационно-деятельностные»¹. Таким образом, особенностью социальных сетей является виртуализация всевозможных видов деятельности, осуществляемых в информационно-коммуникативном пространстве (межличностная коммуникация, учёба, игра, политика и

¹ Сляднева Н.А. Информационные ресурсы в информационном обществе: онтологический статус и методология // Информационные ресурсы России. – Вып. 1. – С. 10.

т.д.), что, в частности, и обуславливает возможность реализации многообразных социокультурных практик.

Культурный плюрализм социальных сетей формирует мозаичность социокультурных практик; социальная сеть, благодаря разнообразию предоставляемых сервисов и возможностей, может быть названа «гипермаркетом культуры» (в терминологии Ж. Бодрийяра). При этом культура трактуется как система мозаично-фрагментарных представлений о мире, формируемая у индивида под воздействием бессистемного потока разнообразной информации. Подобного мнения придерживается и А.И. Шипицин: «С культурологической точки зрения рост популярности социальных сетей – хаотических потоков визуальной (в подавляющем большинстве) краткосрочной информации ... такой же феномен глобальной культуры постмодерности, как и фэнтезийно-комиксовый кинематограф, гламурная реклама и т.д.»².

В социальных сетях мозаично-фрагментарный характер информации закреплён, в первую очередь, в ленте новостей, которая представляет собой постоянно регенерируемый список обновлений статусов или сообщений тех друзей пользователя, которые включены в его френд-лист. Широкий доступ к сервисам досуга и развлечения, возможность одновременной коммуникации с несколькими собеседниками также отражают мозаичность социокультурных практик в социальных сетях.

Мозаичность информационно-коммуникативной культуры социальных сетей формирует особые требования к личности, актуализируя её мобильность и интерактивность в условиях естественного ускорения темпа жизни современного общества, готовность к изменениям и творческому развитию. В условиях фрагментарного социокультурного опыта в социальных сетях также актуализируется востребованность информационной культуры личности. Её актуальность в социальных сетях обусловлена огромными массивами различной неструктурированной информации – от профессиональных, творческих и политических дискуссий до комиксов и порнографических материалов.

Социальные сети обладают уникальными пространственно-временными характеристиками, определяющими характер реализации в них различных социокультурных практик. Социальное время в условиях социальных сетей можно представить как длительность пребывания в них в режиме реального времени (онлайн). Именно повседневные практики, реализуемые в социальных сетях, составляют сущность их социального времени. Социальное пространство социальных сетей имеет виртуальную

² Шипицин А.И. Социально-культурный генезис феномена онлайн-социальных сетей // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2011. – № 9 (63). – С. 33.

природу и является частью пространства информационно-коммуникативной культуры; его сущность определяют вынесенные в виртуальную среду социальные связи и отношения, которые, в числе прочего, могут носить симулятивный или компенсаторный характер.

В совокупности социальное время и социальное пространство социальных сетей составляют особый пространственно-временной континуум. Особенности разворачиваемого в социальных сетях пространственно-временного континуума заключаются в его предельной свёрнутости и сжатости в рамках программной оболочки веб-ресурса. Как пишет Д.Л. Сиволов: «...Интернет... создал широчайшие возможности... для сокращения социального пространства до размеров «глобальной деревни»³. В первую очередь, это заключается в преодолении пространственно-временных границ в социальных сетях и создании единого медийного поля, все участники которого являются его полноправными членами, независимо от своего географического расположения. Как полагает Л.В. Щеглова, это приводит к тому, что социальная сеть освобождает человека от необходимости тратить деньги, силы, время, чтобы встретиться с другом, сходить в музей или съездить в туристическую поездку⁴.

Высокая информационная плотность социальных сетей, наполненных разрозненными и мозаичными информационными элементами, определяет единовременный характер осуществляемых коммуникативных практик. В таких условиях актуализируется онлайн-коммуникация, когда в поле внимания коммуниканта попадают только те пользователи, которые в данный момент времени находятся в Сети. Онлайн-характер коммуникации определяет также значимость оперативности и мобильности самовыражения личности в социальных сетях.

Дезактуализация гео-темпоральных ограничений в социальных сетях служит одним из факторов расширения возможностей осуществления личностью социокультурных практик, которые являются главным средством творческого самовыражения личности в социальных сетях. Разнообразные социокультурные (в основе своей — коммуникативные) практики в совокупности мы называем самоконструированием. В качестве ключевых векторов самоконструирования личности в социальных сетях мы рассматриваем: самопрезентацию как формирование определённого индивидуального образа на своей странице (пользовательском профиле), вступление в

³ Сиволов Д.Л. Интернет-сайт как предмет социологического исследования: метод анализа интерактивных документов // Вестник Челябинского государственного университета. — 2007. — № 16. — С. 140.

⁴ Цит. по: Штиццин А.И. Феномен социальных сетей в современной культуре // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — 2011. — № 3 (57). — С. 39.

различные сетевые сообщества и деятельность в их рамках, а также межличностные коммуникативные практики, которые могут служить разнообразным целям (в том числе, игровым и развлекательно-досуговым). Пребывание личности как субъекта в социальных сетях, таким образом, может быть раскрыто через набор определённых коммуникативных актов: размещение информации о себе, создание и изменение индикатора текущего состояния (статуса или заметки), размещение фото-, видеоматериалов, формирование списка друзей (френд-листа), вступление в сообщества, межличностное общение – которые изменяют наличное состояние субъекта и формируют ткань его повседневной конструктивной (творческой) активности в социальных сетях, характеризующейся диалектическим единством производства и «потребления» социокультурных отношений и практик, посредством которых личность развивается и самореализуется.

Социокультурные практики, посредством которых осуществляется процесс перманентного самоконструирования личности в социальных сетях, по сути, сводятся к реализации различных практик повседневности, обусловленных вынесением их из мира обыденного в мир виртуальный. Повседневные практики в социальных сетях заключаются в попытках придать своему виртуальному бытию черты реальной жизни, своеобразный распорядок.

Д.В. Куликовым развивается феноменологический подход к рассмотрению социальных сетей, которые являются неотъемлемой частью мира повседневности, или, иными словами, мира здравого смысла. Им проведён анализ социальных сетей на основе различных критериев, важнейшими из которых мы можем назвать следующие:

1) специфическая напряжённость сознания – понимается Д.В. Куликовым как творческая напряжённость. Субъект находится в бесконечном текстовом пространстве, и, переходя по гиперссылкам, является творцом различных текстов и смыслов;

2) преобладающая форма спонтанной активности, под которой Д.В. Куликов понимает равномерно представленные в Сети типы деятельности при отсутствии ведущей;

3) специфическая форма переживаний собственного Я – Я переживается пользователем сети как дуальное образование: с одной стороны – как реальный объект («эмпирическое тело») и как виртуальная личность («аватара») – с другой;

4) специфическая форма социальности – представлена в виде пространства сетевых сообществ⁵.

Решающее значение при самоконструировании личности в социальных сетях приобретает перманентное оригинальное самоизменение в различных дискурсах как метафизическое подтверждение своего наличия,

актуализирующееся в онлайн-коммуникации. При этом самоконструирование не предполагает обязательного построения альтернативной идентичности, хотя и допускает его возможность. Перманентное оригинальное самоконструирование становится важнейшим требованием, предъявляемым к личности в социальных сетях, без которого виртуальный образ пользователя перестанет быть привлекательным и интересным для других пользователей. Именно привлечение внимания становится одним из основных векторов успешной интеграции в виртуальное сообщество.

Самоконструирование личности в социальных сетях определяет онтологию и вектор развития пространства их информационно-коммуникативной культуры, которое является не столько статичной структурой, обладающей определённой системой паттернов воздействия на коммуникантов и регулирования коммуникативных процессов, сколько особым интерментальным образованием, социальным пространством знания, воспроизводимым в процессе социального конструирования реальности, детерминированного активизацией сущностных свойств субъекта. Производство и воспроизводство реальности в социальных сетях — акт непрерывного со-творения, самотворения и здесь-присутствия. Информационно-коммуникативную культуру социальных сетей можно определить как тотальное здесь-присутствие субъекта, характеризующееся динамической непрерывностью процессуального осуществления наличного бытия.

Здесь-присутствие личности в социальных сетях отличается стремлением к творческому саморазвитию, соотносением себя с определёнными рамками или фреймами и построением идентичности.

Обратим внимание, что при самоконструировании личности в социальных сетях мы сталкиваемся с индивидуацией как персонализацией и стремлением к личностному самоутверждению, с одной стороны, и упрощением (стандартизацией и массовизацией) способов самовыражения — с другой. В результате становится возможной деформация социальной реальности и деструктивное влияние информационных технологий, опасение по поводу которого выражает М.Д. Дёмина: «...прирост новых знаний, значений и смыслов позволяет индивиду конструировать свой индивидуальный мир, но в то же время в условиях интенсивного информационного потока настороженность вызывают негативные тенденции, так называемые “риски информационного общества”, связанные с поверхностным (мозаичным) восприятием окружающего мира, замещением духовной культуры узкопрофессиональными знаниями, деформацией досуга, ориентацией на развлекательность,

⁵ Куликов Д.В. Феноменологический метод и мир медийных сетей // Теоретический журнал *Credo New*. — 2006. — № 1 (45).

вытеснением реального живого общения, изменением характера человеческого мышления от творческого к инструментальному и формализованному»⁶.

Мы, однако, полагаем, что информационные технологии (в данном случае – социальные сети) сами по себе не обладают какими-либо предзаданными аксиологическими свойствами. Социальная сеть является лишь средством и условием объективации тех или иных интенций личности и различных форм её активности, но характер такой деятельности и её результаты зависят полностью от самого индивида. При этом социальная сеть на практике может оказывать как положительное, так и деструктивное воздействие на личность и социум в целом. К примерам негативного влияния можно отнести феномен Интернет-аддикции, всё более связываемый именно с социальными сетями; при такой зависимости социальные сети по времени пребывания в них и значимости для индивида вытесняют все социально значимые практики. Положительное воздействие социальных сетей возможно при подлинно творческом самовыражении личности как актуализации её сущностных свойств.

Таким образом, социальные сети в силу различных свойств (в первую очередь, в силу отсутствия пространственно-временных ограничений, виртуализации всевозможных видов деятельности и мозаичности информационных потоков) обеспечивают широкие возможности осуществления разнообразных социокультурных практик, которые составляют сущность самоконструирования личности в социальных сетях. Базисом всех социокультурных практик в социальных сетях является коммуникация, актуализирующая перманентное оригинальное самоконструирование личности в различных социокультурных дискурсах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дёмина М.Д. Изменения в когнитивных практиках индивидов под влиянием новых информационных технологий // Социологические исследования. – 2010. – № 6.
2. Куликов Д.В. Феноменологический метод и мир медийных сетей // Теоретический журнал Credo New. – 2006. – № 1 (45).
3. Сиволов Д.Л. Интернет-сайт как предмет социологического исследования: метод анализа интерактивных документов // Вестник Челябинского государственного университета. – 2007. – № 16.
4. Сладнева Н.А. Информационные ресурсы в информационном обществе: онтологический статус и методология // Информационные ресурсы России. – Вып. 1.
5. Шипицин А.И. Социально-культурный генезис феномена онлайн-социальных сетей // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2011. – № 9 (63).
6. Шипицин А.И. Феномен социальных сетей в современной культуре // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2011. – № 3 (57).

⁶ Дёмина М.Д. Изменения в когнитивных практиках индивидов под влиянием новых информационных технологий // Социологические исследования. – 2010. – № 6. – С. 92.