

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ
КАК ПЛОЩАДКА ОРГАНИЗАЦИИ
МЕЖЛИЧНОСТНЫХ КОММУНИКАЦИЙ
И ПЕРФОРМАНСА ИДЕНТИЧНОСТИ
ЦИФРОВОГО ПОКОЛЕНИЯ**

Сборник материалов исследования

*Научный редактор
доктор философских наук, профессор
И.П. Кужелева-Саган*

Томск
Издательский Дом Томского государственного университета
2016

МЕЖЛИЧНОСТНЫЙ ВИРТУАЛЬНЫЙ СЁРФИНГ: САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И МЕЖЛИЧНОСТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ ЦИФРОВОГО ПОКОЛЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ¹

А.П. Глухов

*Руководитель проекта, канд. филос. наук, доцент кафедры
социальных коммуникаций Томского государственного университета*

Кто из нас лицедейством не грешен,
тот, наверно, в хандре безутешен...
Новым ЗЕРКАЛОМ стал монитор –
хитрый дьявол, лгунишка и вор,

Примеряем различные маски,
добавляем любимые краски,
сочиняем волшебные сказки
и влюбляемся вновь без опаски...

*Елена Чичерина «Иллюзорно-мониторный блюз...»
(источник: <http://www.chitalnya.ru/work/338749/>)*

«Цифровые аборигены» глазами «цифровых иммигрантов»: к методологии исследовательского проекта

Американский исследователь-практик сетевого образования Марк Пренски² в своей наиболее известной работе предложил новую интерпретацию конфликта «отцов и детей» как разрыва используемых типов и инструментов коммуникации, противопоставляя «сетевых иммигрантов» старшего поколения, слабо владеющих цифровыми технологиями, и «цифровых аборигенов» нового сетевого поколения, проходящих на-

¹ Статья основывается на материалах исследования «От симпатии к лайкингу, от любви к вирту, от дружбы к френдингу, от вражды к троллингу, от приверженности к фолловингу: региональный аспект трансформации фреймов межличностной коммуникации в виртуальном пространстве социальных сетей (на материале анализа коммуникаций нового сетевого поколения студенческой молодежи г. Томска)», выполняемого при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (проект № 16-13-70004, 2016).

² *Prensky M. Digital Natives Digital Immigrants // On the Horizon. MCB University Press, 2001. Vol. 9, № 5, October.*

чальную социализацию и приобретающих коммуникативные компетенции уже «внутри» виртуального цифрового мира.

В том, что исследователи, большей частью сформировавшиеся как личности в доцифровую эпоху и прошедшие этап первичной социализации без цифровых технологий и средств коммуникации, сегодня вынуждены изучать организацию коммуникаций, «жизненный мир» и восприятие реальности сетевым поколением, нам видится определенный исследовательский вызов. Данное обстоятельство, всегда имплицитно присутствующее в качестве «фоновое знания» исследователей, имеет как проблемный характер недостатка полной эмпатии ситуации виртуально-сетевой коммуникации, так и стратегически ценный характер преимущества, поскольку позволяет из позиции «внезаходимости» взглянуть на реалии виртуального общения сетевого поколения с определенной долей отстраненности (рис. 1).



Рис. 1. Иронический коллаж-комикс на тематику смены ролей «обучающего-обучаемого» в тандеме «отцов и детей»

Предлагаемый вашему вниманию сборник статей представляет, в какой-то степени, взгляд на поколение «цифровых аборигенов» глазами исследователей – «цифровых иммигрантов».

Активное использование российской молодежью социальных платформ (Facebook, ВКонтакте, Одноклассники, Instagram, Telegram) в качестве инструментов повседневной коммуникации не только инициирует изменение пространственно-временного контекста межличностного об-

щения, но и трансформирует личностную идентичность пользователя (конструируемую в процессе виртуальной коммуникации), режимы и установки межличностного взаимодействия. Наш интерес к исследованию воздействия социальных сетей на межличностное общение, вполне оправдан, поскольку Сеть, по мнению одного из основателей социологии интернет-сообществ Г. Рейнгольда¹, стала альтернативным полем формирования и поддержки личных отношений.

Изменения в семантике описания виртуальных коммуникаций и появление таких неологизмов в области межличностных отношений, как вирт (виртуальная любовь-флирт), френдинг (виртуальная дружба) троллинг (виртуальная вражда), лайкинг (виртуальная симпатия), фолловинг (виртуальное следование за кем-либо), выступают в качестве своеобразного маркера более глубоких процессов – явного фундаментального сдвига форматов межличностной коммуникации в виртуальном пространстве под воздействием новых возможностей и ограничений, предоставляемых социальными медиа.

Надо отметить, что если коммуникативным трансформациям различных типов профессиональной коммуникации (журналистики, маркетинговых, рекламных, образовательных коммуникаций, PR и HR) посвящен большой корпус исследований как российских, так и зарубежных аналитиков, то изменения самой организации коммуникативного пространства при межличностном виртуальном контакте описывались чрезвычайно фрагментарно и в основном в парадигме социальной психологии и даже терапии (виртуальное аддиктивное поведение).

Анализ трансформации режимов и фреймов виртуальной межличностной коммуникации и виртуальной коммуникативной идентичности в пространстве социальных медиа представляется достаточно назревшей темой исследования. Группа ученых Томского государственного университета в рамках исследовательского проекта, направленного на изучение повседневных межличностных виртуальных коммуникаций современной молодежи, сместила фокус внимания с изучения профессиональной и внутригрупповой коммуникации в Интернете к анализу межличностной коммуникации как первичного фрейма, на основе которого надстраиваются все остальные коммуникативные уровни общения.

В данном сборнике представлены предварительные результаты нашего исследовательского проекта, нацеленного на описание режимов межличност-

¹ Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. М. : Фаир-пресс, 2006. 416 с.

ной коммуникации и трансформацию привычных коммуникативных идентичностей межличностного общения в виртуальном пространстве.

Содержание статей отражает следующие цели исследования:

- определение характера самоидентификации и самопрезентации пользователей-студентов в виртуальном пространстве социальных сетей через построение своих аккаунтов с использованием перформанса и симулятивного инструментария;

- анализ установок межличностного общения и социальных процессуальных действий акторов по налаживанию коммуникации в киберпространстве;

- описание трансформации типов (фреймов) межличностного общения и появление новых пограничных феноменов межличностной коммуникации – вирта, френдинга, троллинга;

- выявление коммуникативно-технологических драйверов межличностной коммуникации (выступающих как ее катализаторы), используемых различными социальными платформами.

Объектом наших исследовательских усилий выступили интернет-коммуникации типичных представителей сетевого поколения – студентов томских вузов с высоким уровнем цифровой компетенции / «цифровых аборигенов», в основном обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». В значительной части это магистранты с высоким уровнем рефлексивности своей жизненной активности, в том числе и в сфере виртуальных коммуникаций (рис. 2).

Мы не ставили своей задачей получить какие-то данные количественного характера, поскольку на главный наш исследовательский вопрос – «Почему сетевое поколение организывает свои виртуальные коммуникации тем или иным образом?» – можно было ответить, используя только качественные методы исследования – полуструктурированные интервью и фокус-группы как в офлайн-, так и в онлайн-формате.

Мы были нацелены не на выявление количественного распределения мнений, но на «вхождение» и феноменологическое описание «жизненного мира» отношений сетевого поколения. Следует отметить, что, несмотря на небольшой объем участников по сравнению с проводимыми традиционными массовыми опросами, в позициях и высказываниях респондентов прослеживались очевидная повторяемость и корреляции (рис. 3).

В процессе исследовательских мероприятий и на основе информации, полученной в ходе проведения интервью и фокус-групп, наше видение ситуации виртуальных межличностных отношений, некоторые установки

и гипотезы претерпели известную и, наверное, неизбежную в подобных обстоятельствах трансформацию.

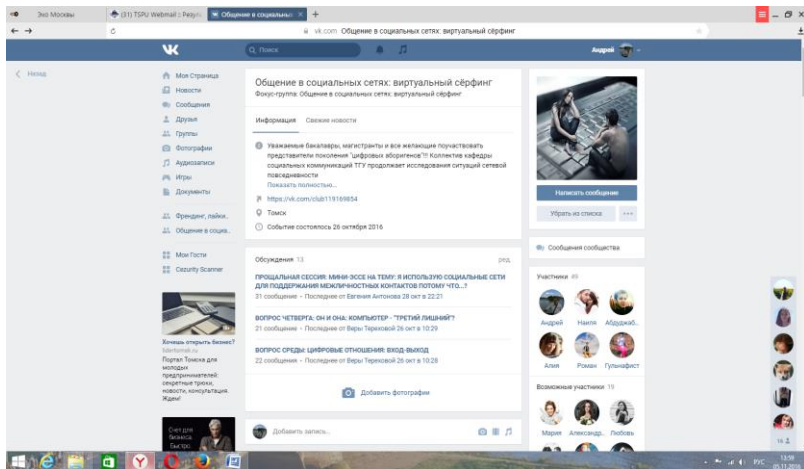


Рис. 2. Интерфейс страницы виртуальной фокус-группы со студентами томских вузов «Общение в социальных сетях: виртуальный сёрфинг»

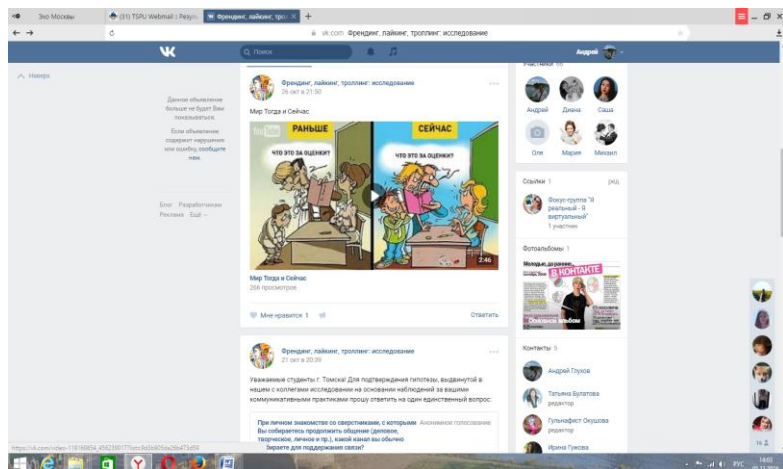


Рис. 3. Интерфейс страницы виртуального паблика для обсуждения тематики исследования со студентами томских вузов «Френдинг, лайкинг, троллинг: исследование»

В частности, парадигма интерпретации виртуального пространства коммуникаций как «территории закрытости» и «игры идентичностей», где акторы действуют преимущественно под «виртуальными масками», не обнажая своего истинного лица, оказалась мало обоснованной, как и утопия / антиутопия ухода в виртуальный мир и почти полного переноса офлайн-межличностных отношений в онлайн-среду (рис. 4).

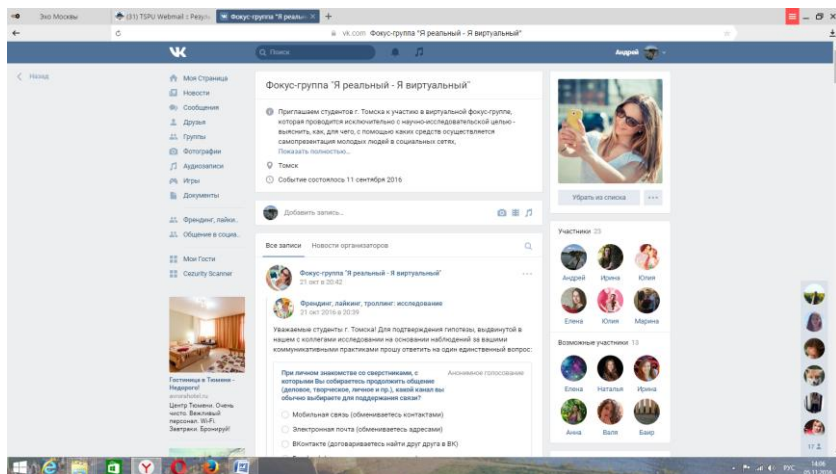


Рис. 4. Интерфейс страницы виртуальной фокус-группы по тематике исследования со студентами томских вузов «Я реальный – Я виртуальный»

К этим любопытным заключениям мы пришли благодаря использованию выстроенной нами методологической платформы, опирающейся на принцип переноса на виртуальное пространство объяснительных схем и понятийного инструментария из «микросоциологической» парадигмы «социологии повседневности».

Ядро этой методологической платформы, ориентированной на анализ трансформации фреймов межличностной коммуникации в виртуальном пространстве социальных сетей, составляют общий подход и эпистемологические схемы социологии повседневности А. Шюца¹ и И. Гоффмана².

¹ Шюц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом / пер. с нем. и англ. М. : РОССПЭН, 2004. 1056 с.

² Гоффман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М. : КАНОН-ПРЕСС, 2000. 304 с.

Не менее важными для нашего проекта стали и социальные исследования интернет-сообществ, их структуры и способов организации в них коммуникации. В частности, работы Дж. Бишопы, Т. Нишигами, А. Ньюса, Э. Рейд, Г. Рейнгольда, Р. Скобла, Б. Уэллмана¹, Р. Хаммана, В. Фриндте и Т. Келлера², Л. Фримена, С. Вассермана³, Р. Хойслинга⁴, Э. Рейда, Дж. Сулера и др., в которых отображены вопросы становления и развития исследовательской парадигмы интернет-сообществ.

Среди отечественных исследований релевантными теме проекта являются работы А. Жичкиной⁵, С.В. Бондаренко⁶, В.Е. Гревцова⁷, М.С. Добряковой, Д.А. Иванченко, Р.В. Кончаковского, А.О. Разинкиной, И.Н. Розиной⁸, В.Л. Силаевой, А.Б. Скуратова, А.А. Стриженко, В.Н. Щербины⁹. В них разрабатываются темы разнообразия интернет-комьюнити, их места в новом поле взаимодействия, мотивы и потребности участников таких сообществ, возможности и перспективы участия научного сообщества в интернет-коммуникации, особенности культуры интернет-сообществ.

В связи с тем что в Интернете функционирует новая «устно-письменная» разновидность речи, имеющая свои специфические черты,

¹ *Wellman B. Network Analysis: Some Basic Principles // Sociological Theory. San Francisco : Jossey-Bass, 1983. P. 155–200.*

² *Фриндте В., Келер Т., Шуберт Т. Публичное конструирование «Я» в опосредствованном компьютером общении // Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А.Е. Войскунского. М., 2000.*

³ *Wasserman S., Faust K. Social Network Analysis: Methods and Applications. New York : Cambridge University Press, 1994. 495 p.*

⁴ *Хойслинг Р. Контексты и перспективы сетевой теории // Социальные процессы как сетевые игры. Социологические эссе по основным аспектам сетевой теории. М. : Логос-Альтера, 2003. 192 с.*

⁵ *Жичкина А. Социально-психологические аспекты общения в Интернете. М. : Дашков и Ко, 2004. 117 с.*

⁶ *Бондаренко С.В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ : автореф. дис. ... д-ра социол. наук. Ростов н/Д, 2004. 27 с.*

⁷ *Гревцов В.Е. Развитие социальных связей и отношений в виртуальных сообществах // Социосфера. 2010. № 1. С. 59–61.*

⁸ *Розина И.Н. Виртуальные исследовательские сообщества: от зарубежных моделей к отечественным примерам // Образовательные технологии и общество (Educational Technology & Society). 2009. № 2. С. 389–408.*

⁹ *Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума»). Бердянск : Бердянский гос. пед. ин-т, 2001. 252 с.*

а формой ее бытования является графическая фиксация текстов, производимых коммуникантами, у исследователей интернет-коммуникации имеется в наличии богатый материал для изучения вербально-семантического уровня языковой личности в ситуации интернет-общения¹. В настоящее время существует уже немало работ, рассматривающих те или иные аспекты языка Интернета, в частности Н.Г. Асмуса², А.А. Атабековой³, М.Б. Бергельсон⁴, Н.В. Кузнецовой⁵, М.Ю. Сидоровой⁶, Л.П. Халяпиной⁷ и др. Подобный анализ языковых трансформаций косвенно указывает на происходящие изменения в области социальной организации виртуальных коммуникаций.

Важной в рамках проекта выглядит тематизация понятия «самопрезентации», поскольку среда Интернет провоцирует любого пользователя на креативно-перформативную деятельность, связанную с осуществлением самопрезентации себя другим в различных чатах, форумах, блогах и аккаунтах социальных сетей.

В последние 15 лет активно развивается еще одно релевантное, в контексте предлагаемого проекта, направление социально-психологических исследований. Оно тематизирует процесс виртуализации «Я» с присущим ему конструированием и самопрезентацией идентичности в сети Интернет (соответствующую аналитику зарубежных и российских исследова-

¹ *Лутовинова О.В.* Языковая личность в интернет-коммуникации // Интернет-коммуникация как новая речевая формация / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. С. 124–138.

² *Асмус Н.Г.* Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2005. 266 с.

³ *Атабекова А.А.* Употребление языка в процессе сообщения знаний на пространстве Web-страницы // Теория коммуникации & прикладная коммуникация : сборник научных трудов. Вестник Российской коммуникативной ассоциации. Вып. 1 / под общ. ред. И.Н. Розиной. Ростов-н/Д : ИУБиП, 2002. С. 8–15.

⁴ *Бергельсон М.Б.* Языковые аспекты виртуальной коммуникации // Вестник Московского государственного университета. Сер. 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2002. № 1. С. 55–67.

⁵ *Кузнецова Н.В.* Структура и стилистика языковых средств в текстах интернет-форумов : дис. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2008. 326 с.

⁶ *Сидорова М.Ю.* Интернет-лингвистика: русский язык. Межличностное общение. М. : 1989-ру, 2006. 192 с.

⁷ *Халяпина Л.П.* Языковая и речевая специфика коммуникации в интернет-среде // Ethnohermeneutik und Antropologie / Hrsg von E.A. Pimenov, M.V. Pimenova. Landau : Verlag Empirische Paedagogik, 2004. S. 473–482.

ний можно найти в статьях А. Жичкиной¹). Анализ литературы позволяет выделить две группы причин создания виртуальных личностей: мотивационные (удовлетворение уже имеющихся желаний) и «поисковые» (желание испытать новый опыт как некоторая самостоятельная ценность). Во втором случае виртуальная личность создается для расширения уже имеющихся возможностей реальной социализации, получения нового опыта (Young², Turkle³).

Западные исследователи В. Фриндте и Т. Келер⁴ обращают внимание на следующие факторы, оказывающие влияние на самопрезентацию и идентификацию в Сети:

- опыт взаимодействия с компьютером и опосредованного компьютерного общения;
- присутствие и анонимность аудитории;
- степень самосознания пользователя (личное самосознание – концентрация человека на своем состоянии и особенностях, или публичное – концентрация человека на том, как он выглядит в глазах окружающих);
- идентификация с социальной группой / категорией пользователей компьютера (социальная идентичность).

Таким образом, можно заключить, что в последние 10–15 лет появилось значительное количество работ, рассматривающих психологические аспекты трансформации межличностного общения в социальных сетях и сообществах. В них активно обсуждается тематика психологической мотивации самопрезентации в Сети (защитная и познавательная), причин глубокой вовлеченности и, порою, сетевой аддикции (вхождение в ситуацию «потокowego сознания»), изменений в социальной организации сетевых сообществ, влияния социально-статусных характеристик. Целый ряд научных публикаций посвящен изменению семантики общения за счет появления различного рода неологизмов и новой символически-семантической организации общения на сетевых платформах.

¹ Жичкина А. Социально-психологические аспекты общения в Интернете. М. : Дашков и Ко, 2004. 117 с.

² Young K.S. Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder // *Cyber Psychology and Behavior*. 1998. № 3 (1).

³ Turkle Sh. Parallel lives: working on identity in virtual space // *Constructing the self in a mediated world: inquiries in social construction*. New York, 1996.

⁴ Фриндте В., Келер Т., Шуберт Т. Публичное конструирование «Я» в опосредствованном компьютером общении // *Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А.Е. Войсунского*. М., 2000.

Прежде чем презентовать некоторые результаты реализации нашего исследовательского проекта, следует сделать еще несколько замечаний методологического и содержательного характера.

В отличие от многочисленных исследований, посвященных психологической мотивации и психологическим трансформациям идентичности и общения в виртуальном пространстве, мы постарались сразу отмежеваться как от психологических, так и от социально-экономических и статусных факторов общения и вынести их, что называется, «за скобки» нашего исследовательского анализа. Хотя психологические аспекты восприятия и поведения в рамках межличностных отношений неизбежно затрагиваются, и им даже посвящены отдельные статьи наших авторов.

Нас, прежде всего, интересовали межличностные отношения как коммуникативный феномен, анализируемый с «микросоциологических» позиций. Мы рассматривали такие виды межличностных коммуникаций, как любовь, дружба и, отчасти, вражда (троллинг), в качестве особых режимов коммуникации, имеющих принудительно-образцовый (в смысле ориентации на общепринятые образцы-паттерны) характер и предполагающих специфическую организацию коммуникационных потоков и последовательность «мизансцен», независимую от конкретного личностного наполнения и психологических особенностей участников. Для нас было главным понять, как изменяется организация межличностных коммуникаций в плане создания режимов взаимодействия и условий использования ресурсов общения при переносе ее в виртуальное пространство социальных сетей. В фокусе нашего исследовательского проекта находилась трансформация самой организации коммуникации в рамках межличностного общения при переносе его в Сеть, независимо от личностных переживаний ее участников.

Концептуальный инструментальный анализ повседневных дискурсивных практик А. Шюца, примененный к области электронной коммуникации, позволяет проследить, каким образом новый когнитивный стиль жизненного мира социальных медиа формирует смещенное восприятие и действие в виртуальной межличностной коммуникации.

Важной и эвристически ценной для проекта явилась интерпретация драматургического подхода Ирвинга Гоффмана российским социологом, исследователем повседневности Михаилом Соколовым. Она представлена им в анализе виртуальных блогов как инструментов самопрезентации

с отличными от офлайн-коммуникации режимами раскрытия информации о себе¹.

В качестве ключевого методологического приема он предложил транспонирование (перенос, естественно, с соответствующей адаптацией и дополнением) объяснительных схем классической социологии повседневности как инструмента анализа виртуального общения в социальных сетях. М. Соколов фиксирует исследовательское внимание на режимах сокрытия / раскрытия информации о себе, используемых в повседневном общении (в диапазоне от административно-бюрократического «обедненного» общения до полноценного «терапевтического»), и на пропускных возможностях (т.е. их «узости / широте») каналов коммуникации.

Исследовательская гипотеза М. Соколова состоит в том, что организация коммуникаций в сети, например через ведение персональных блогов, позволяет обойти многие офлайн-ограничения (в частности, культурные, когнитивные, технические, моральные и стратегические) коммуникации и расширить возможности самопрезентации. Нам показались чрезвычайно важными и продуктивными для нашего исследовательского проекта идеи, высказанные автором относительно трансформации культурно-символических пространств коммуникации в плане открытости / закрытости, и концепция управления режимами коммуникации как сужения / расширения «воронки» потока коммуникации за счет подключения сетевых платформ.

Коммуникативная феноменология межличностных отношений: офлайн и онлайн-режимы

Далее мы попытаемся схематично обрисовать коммуникативную организацию межличностного общения в традиционном офлайн-пространстве и те трансформации, которые происходят с переносом её в онлайн. Следует отметить, что изучение характера организации межличностных взаимоотношений в Сети, по контрасту, позволяет лучше понять коммуникативную организацию межличностных отношений офлайн, поскольку онлайн выступает здесь в качестве своеобразного «зеркала для героя».

¹ Соколов М. Онлайн-дневник, теории виртуальной идентичности и режимы раскрытия персональной информации // Блоги: новая реальность. Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. СПб. : Изд-во СПбГУ, 2007. С. 9–39.

И. Гоффман при описании организации повседневных взаимодействий использовал следующий набор понятий, описывающих процесс и характер повседневного взаимодействия: концепты маркеров «входа» и «выхода» из ситуации, режимы коммуникации, переднего и заднего планов взаимодействия, исполнения / инсценировки и команды исполнителей и зрителей. Эти ключевые понятия драматургического подхода мы постараемся применить с известными ограничениями в отношении анализа уже виртуальных повседневных взаимодействий. Коммуникативную организацию пространства межличностного общения мы проанализируем в процессуальном ключе как стадийный процесс с точки зрения создания необходимых режимов и условий взаимодействия и как ресурсоёмкий обмен, требующий определенных пространственно-временных и психо-эмоциональных затрат.

Мы предлагаем выделить следующие ключевые элементы коммуникативной организации режимов межличностных отношений: *поиск партнера и точка «входа» в отношения, установление режима интерактивности и синхронности / асинхронности, организация режима открытости и самопрезентации, организация режима символического обмена, затраты ресурсов и издержки межличностного общения, «выход» из отношений.*

Поиск партнера и точка «входа» в межличностные отношения

Любой вариант межличностных отношений (любовь, дружба, вражда) отличается избирательностью и придирчивым отбором, это касается даже выбора врагов. Партнеров по межличностным отношениям не должно быть слишком много, иначе на всех не хватит временных и эмоциональных ресурсов общения.

Процесс выбора себе партнера по любовным романтическим или дружеским отношениям в офлайн, с одной стороны, несколько хаотичен, ситуативен и случаен (существуют классические офлайн службы знакомств для матримониальных отношений, но не для дружеских). С другой стороны, в нем есть своя «железная логика», в соответствии с которой партнер стремится в коммуникации прорваться от внешних, в данном случае «наносных», характеристик человека – физического облика, социально-демографических, этнических, социально-статусных характеристик – к сущностному ядру личности (эмоциональным, волевым, интеллектуальным, моральным качествам). Для этого он предпринимает опре-

деленного рода «разведывательные» действия в рамках специфических инсценировок: это может быть совместный поход на природу, дружеская вечеринка, танцы, кино, театр, ужин в кафе, которые дают возможность лично раскрыться партнеру (как по дружбе, так и по гендерным отношениям).

При этом вероятность случайно ошибиться и сблизиться с неподходящим человеком в офлайн чрезвычайно велика, поскольку объем и возможности личностной открытости в повседневных офлайн-коммуникациях определенно низки. Обычно некоторой гарантией выступает длительность периода «ухаживания-сближения» (как в дружбе, так и в любви), позволяющая партнеру в определенной степени раскрыться в наборе различных ситуаций и не сделать поспешных шагов. Коммуникативными маркерами входа / выхода в межличностные отношения в офлайн могут служить обмен телефонами / занесение в черный список, приглашение вместе поужинать / отказ от дома, вступление / выход из интимных отношений, помолвка / расторжение помолвки, свадьба / развод.

Появление социальных сетей с доступом к наполненным информацией профилям участников радикально меняет ситуацию «входа» в межличностные отношения (будь то дружба или любовь). Впервые появляется возможность выбирать партнера по межличностной коммуникации, исходя не из внешних характеристик, а из его внутренних качеств и меры личностно-психологического сходства. Наличие в профиле информации об интересах, хобби, пристрастиях, увлечениях, вкусах, убеждениях, мнениях человека сильно облегчает поиск «родственной души». В ходе проведенных полевых фокус-групп и интервью многие респонденты и особенно респондентки указывали на то, что используют аккаунты других пользователей для «виртуальной разведки» с целью, например, принять решение о допуске во «френды».

Одна из респонденток описывает подобную повседневную практику интернет-разведки в социальных сетях следующим образом: *«Иногда чтобы понять, что за человек (незнакомый), смотришь его профиль тщательно, особенно уделяя внимание старым фото и записям, сопоставляя их с новыми. Так многие делают, думаю»* (Е. А.)¹.

Приведем дословную и очень показательную цитату респондентки, сетующей на недостаток информации при гендерных знакомствах

¹ Здесь и далее в примерах – текстах пользователей социальных сетей (даны курсивом) – полностью сохраняются орфография и синтаксис их авторов.

в офлайн-повседневности и её избыток, по контрасту, в социальной сети: *«Еще я заметила такую вещь: бывает, на улице пытаются познакомиться парни; и всё, чем ты можешь руководствоваться в этот момент при принятии решения, как реагировать, – это внешний вид. Но он бывает ведь очень обманчив. А в соцсети можно увидеть более важные характеристики человека. И тогда бывает, что ты с удовольствием знакомишься в соцсети с человеком, с которым бы ни за что не стал знакомиться в реальности. И тогда бы многое потерял. И наоборот»* (Г. А.).

В данном случае наличие сходных взглядов, пристрастий, вкусов выступает сигналом к сближению; снятию закрытости и коммуникативных барьеров. Однако такое возможно именно в пространстве открытости социальных сетей, где многие пользователи добровольно дают возможность доступа к своим персональным данным.

Следует отметить, что представители цифрового поколения воспринимают пространство социальных сетей скорее как зону большей, по сравнению с офлайном, открытости и даже откровения о человеке. Приведем показательное рассуждение респондентки: *«Есть вот девочка Маша, я её совсем не знаю, мы одноклассники, к примеру. Вроде хорошая, но для меня она вот так просто девочка, абстрактная, а потом я могу зафрендиться с ней в соцсетях, и узнать, что она, например, увлекается такой же музыкой, как я. Мы ведь об этом не кричим просто на улице, а по профайлу это сразу видно. И тогда она для меня перестает быть просто девочкой Машей, а становится конкретной девочкой, с которой я могу поговорить о чём-то, что меня по-настоящему волнует и т.д. А не было бы соцсети, я бы и не узнала никогда, что мы в каком-то смысле такие родственные души»* (Г. А.). Ей вторит другая респондентка: *«Я бы сказала, что онлайн общение – это бонус, возможность узнать человека с другой стороны, стороны которую, может, не сразу можно заметить»* (О. Е.).

Если в офлайн-коммуникации часто приходится «подбирать ключи» к человеку, то в онлайн-пространстве социальных сетей он сам дает эти ключи в руки. Респонденты подчеркивают широкие возможности социальных сетей именно на «входе» межличностных отношений: *«И, как я уже говорила, они особенно полезны именно на этапе знакомства, складывания общения. А дальше, если люди, например, не любители онлайн общения, они могут перейти к привычным формам дружбы или любви»* (Г. А.).

В качестве контрдовода следует сказать, что виртуальный аккаунт может использоваться и для обмана или манипуляций уже на «входе» в виртуальные межличностные отношения, когда происходит «подмена» реальной личности виртуальной. Однако в ситуации привязки профиля к массе персональных данных в социальных сетях подобные стратегии создания фейковых аккаунтов стратегически проигрышны, обман достаточно быстро разоблачается. И вообще, симулировать чужую личность гораздо труднее, чем симулировать чужую внешность (рис. 5).



Рис. 5. Ироничский коллаж-комикс на тематику обмана чувств по причине возрастающих возможностей «творения персоны» в Сети

Поэтому, несмотря на опасения о засилье анонимности и творении виртуальных персон, относящиеся к начальному периоду изучения виртуального общения, наше исследование показывает, что коммуникативная прозрачность социальных сетей скорее облегчает и рационализирует поиск партнера по межличностным отношениям, нежели затрудняет его.

Коммуникативным маркером вступления в межличностные отношения в пространстве социальных сетей является, прежде всего, сетевая номинация в друзья-френды или фолловеры. В виртуальных сетях гендерных знакомств это может быть внесение в список поклонников / поклонниц. В отличие от пространства офлайн, вступление (впрочем, как и выход) в режим межличностных онлайн-отношений имеет дискретный характер и четкую маркировку за счет новой номинации этих отношений, а следовательно, оно полностью отрефлексировано и осознано.

Установление режима интерактивности и синхронности / асинхронности

Межличностное общение в онлайн предполагает симметричный равноправный диалогический характер и синхронный обмен репликами, даже если в качестве «реплик» выступают «всплески» эмпатии. При этом общение друзей и любящих носит (в норме) отчетливо интерактивный характер диалогического синхронного обмена «здесь и сейчас», в отличие от ситуации профессиональной коммуникации, когда проповедь, отчетный доклад, презентация проекта, инструктаж не требуют синхронной и немедленной обратной реакции. Для создания камерных возможностей интерактивного синхронного обмена информацией, чувствами, эмоциями партнеры по межличностной офлайн-коммуникации ищут определенные места. Они должны отличаться определенными характеристиками: относительной закрытостью от остальных и возможностью обмена репликами (например, уютное кафе с уединенной обстановкой и отгороженным кабинетом подойдет, а шумный танцпол – уже в меньшей степени). Для этого ими создаются соответствующие пространственные «инсценировки».

Онлайн-модус сохранения и поддержания межличностных отношений, не размыкая до конца цепочку интерактивности и частичной синхронии чувств, все же раздвигает границы возможного межличностного взаимодействия.

Первое, что достаточно очевидно, он предоставляет возможность асинхронности взаимодействия (что может быть вызвано объективными факторами – занятостью, разницей часовых поясов): обмен сообщениями и символическими знаками внимания может происходить с определенным временным «лагом» (т.е. запаздыванием)¹. Иными словами, параметр «сейчас» (единство времени общения) становится факультативным (рис. 6). Один из респондентов видит в таком асинхронном режиме обмена определенные преимущества: *«Поддержка связи осуществляется непринужденно и легко, ведь для общения не нужно быть всегда в одном временном промежутке, можно отвечать на сообщения и спустя некоторое время»* (Б. М.).

¹ Однако ситуация полной рассинхронизации чревата, друг / подруга или возлюбленная / возлюбленный могут и обидеться, если ответ на просьбу о моральной поддержке или просьбу дать совет слишком запаздывает.



Рис. 6. Иронический коллаж-комикс на тематику асинхронного межличностного общения в Сети

Второй, менее очевидный момент заключается в том, что интерактивность и характер диалогичности межличностного онлайн-общения изменяются от особенностей разговорного жанра в сторону большей литературности. Если офлайн-диалогу (особенно в рамках межличностного общения) свойственны небольшая линейная протяженность высказываний, простой синтаксис с обилием разговорных конструкций и порою сниженная лексика¹, то онлайн-общение открывает возможности для использования противоположного: длинных речевых высказываний, «литературных» конструкций и применения наряду с бытовой лексикой лексем из публицистического или художественного жанра. Друг / подруга или возлюбленный / возлюбленная могут писать довольно длинные, непронизносимые на одном дыхании в обычной обстановке сентенции-сообщения (в терминологии «сетевиков» – «лонгриды»), отсрочивая вашу интерактивную реакцию или довольствуясь лайками и смайликами. Такая ситуация позволяет выстраивать более комплексные, рефлексивные и структурированные дружеские и любовные послания или исповеди, чем это возможно при непосредственной офлайн-коммуникации. Сами отношения за счет подобного построения диалоговой коммуникации становятся более «приподнятыми» над бытом, с налётом романтики. Такой вариант в чём-то напоминает «романы в письмах» доцифровой эпохи. То же самое касается и дружбы. Одна из респонденток следующим образом описывает

¹ Лутовинова О.В. Языковая личность в интернет-коммуникации // Интернет-коммуникация как новая речевая формация / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. 328 с.

«пафосность» онлайн-отношений: *«Есть примеры, когда переписка доводила отношения до серьёзных... а почему ... потому что писать опять же легче ... красиво подобранные слова... Мне кажется, что эмоции в сети ярче и интенсивнее ... потому что нет ограничений ... совсем ... если только не заблокируют)»* (О. Т.).

Организация режима открытости и самопрезентация

Межличностный формат коммуникаций предполагает, что партнер по отношениям (любимый, друг, враг) раскрывается в личном плане и «изливает душу», представляет себя в различных гранях своей личности. Подобная организованная самопрезентация и открытость являются непременным условием и самой сутью межличностных отношений. Межличностные отношения – это и есть процесс непрерывного «открывания» другого человека. В офлайн-пространстве процесс самопрезентации связан с определенными трудностями.

Во-первых, существуют информационно-пропускные ограничения: вы не можете в одном месте и времени предоставить всю полноту информации о себе (интересы, взгляды, убеждения, вкусы, пристрастия), дать доступ ко всем фото-, видео- и текстовым (вашему дневнику, например) материалам, раскрывающим вас целиком как личность. Во-вторых, существуют пространственно-временные ограничения: должны быть обязательно выделены определенные пространства и временные промежутки для синхронной презентации себя друзьям или партнеру / партнерше по романтическим отношениям. При этом надо отметить, что и отношения вражды требуют особого непубличного места для своей реализации (начиная с сакраментального «хулиганского» «пойдем, отойдем в сторонку»)¹. Важным моментом является готовность уделить время². Третьим и, пожалуй, важнейшим условием является наличие «закрытости» в момент дружбы или любви от внешних коммуникаций с другими людьми. То есть должна существовать определённая дистанция («перегородка», «стена») в отношении других людей, не входящих в данный

¹ Подобными межличностными «инсценировками» могут выступать более или менее уединенные встречи в кафе, прогулки, посещения других друзей.

² Недаром часто вежливой формой отказа от вступления в дружеские или романтические отношения является фраза «у меня, к сожалению, нет времени».

момент в круг межличностного общения¹. Раскрываясь для друзей и любимых, мы одновременно не хотим впускать в своё личное пространство посторонних людей и сами не интересуемся их личными проблемами².

В онлайн-пространстве сетей все подобные офлайн-ограничения на организацию открытости межличностной коммуникации снимаются. Информационно-пропускная способность сетевых платформ такова, что вы можете выложить в своем профайле и на своей «стене» всю информацию о себе, используя текст, фото-, видео-, аудио- и графические материалы. Технологические возможности социальных сетей позволяют выделить специальные виртуальные «пространства» для межличностного общения с разными уровнями доступа для других, начиная с сообщений в «личку» и заканчивая постами на публичной стене в сетях, благодаря их технологическим возможностям. Таким образом, они обеспечивают идеальную организацию коммуникативного поля по сравнению с офлайн-ситуацией. Возможность произвольной регуляции пользователем режимов открытости / закрытости в общении с различными людьми является важным преимуществом коммуникации в социальных сетях. Если в офлайн от общения с навязчивым знакомым избавиться иногда довольно трудно, то в виртуальном мире эта проблема решается очень легко: *«А что касается позиции реципиента чужих биографий и т.д. – тоже легко решается. У меня, например, довольно большой список друзей, чьи обновления я не вижу, так как сама это настроила. Некоторые эти люди мне просто неинтересны. Некоторые слишком активны и раздражают этим и т.д. В любом случае наличие их у меня во френдлисте предпочтительнее их отсутствия, поэтому я не удаляю их, но контролирую процесс взаимодействия»* (Г. А.).

Важнейший элемент межличностных отношений – возможность раскрыться перед другом / подругой или гендерным партнером / партнершей, представить себя как личность.

Российские исследователи Н.А. Некрасова и У.С. Некрасова в статье «Самопрезентация: сущность и основные характеристики» акцентируют двойную интерпретацию данного понятия в различных национальных традициях: «В английском толковом словаре оно буквально означает

¹ Отсюда ситуация «третьего лишнего» в любовных отношениях и так часто ощущаемого отчуждения в отношении постороннего, которым тяготеются, в дружеской компании.

² Например, вопрос «Как дела?» знакомому или соседу на бегу не подразумевает, что он будет нас «загружать» личностными проблемами.

управление впечатлением о себе у других людей с помощью бесчисленных стратегий поведения, заключающихся в предъявлении своего внешнего образа другим людям. В американской традиции самопрезентация рассматривается несколько иначе – как форма социального поведения, демонстративно акцентированная субъектом в процессе межличностного общения»¹. Мы в нашем анализе будем сохранять данный двойной акцент, рассматривая самопрезентацию и как процесс менеджмента впечатлений о себе, и как вариант демонстративного поведения.

Сетевое пространство предоставляет режим наибольшего благоприятствования для организации виртуальной самопрезентации. Многие исследователи относят к ключевым возможностям-характеристикам социальных сетей создание виртуального «поля» для самопрезентации: «В числе основных отличительных особенностей социальных сетей от других средств интернет-коммуникации можно выделить ... 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»².

Для виртуальной самопрезентации пользователь может задействовать различные сетевые инструменты: никнейм, аватар или юзерпик, статус, фото- и видеоматериалы³. Виртуальная самопрезентация в социальных сетях характеризуется такими ключевыми характеристиками, как процессный характер, возрастание самопрезентационной компетентности в процессе поколенческих изменений, направленность на выполнение двойственной функции самодемонстрации другим и саморефлексии.

Процессность обусловлена тем, что большинство пользователей-представителей цифрового поколения отчетливо осознают необходимость периодического обновления своего профиля и публикации самопрезентационных постов. Это и способы напоминания о себе друзьям и сетевым френдам, и варианты постоянного совершенствования подачи себя в виртуальном пространстве. Как показывают данные интервью и фокус-групп с респондентами, для многих из них самопрезентация – это

¹ Некрасова Н.А., Некрасова У.С. Самопрезентация: сущность и основные характеристики // Успехи современного естествознания. 2007. № 11. С. 122.

² Гримов О.А. Социокультурные практики личности в социальных сетях : дис. ... канд. социолог. наук. Курск, 2014. С. 41.

³ Гримов О.А. Самопрезентация личности в социальных сетях // Социология. 2013. № 2. С. 59–60.

не только разовое заполнение анкеты-профиля и материалов у себя на стене, но континуальный процесс совершенствования виртуального образа Я.

Цифровое поколение с взрослением проходит несколько стадий развития культуры цифровой самопрезентации: от экспериментирования аватарами и гифками, через частую смену «статусов» к формированию имиджа через публикацию качественного контента на странице, фотосессий и селфи, авторитетных хорошо продуманных постов и регулирования уровней доступа к своей странице и профилю.

Виртуальная самопрезентационная компетентность «цифрового аборигена» разительно отличает его от «цифрового иммигранта» и является мерилем уровня его виртуально-коммуникативных навыков в целом.

Поведение доцифрового поколения в сетях воспринимается прирожденными «сетевиками» как старомодное, несколько наивное и отчасти смешное. Вот как снисходительно пишет о различиях в уровне виртуально-сетевой самопрезентационной компетенции один из респондентов: *«Вообще, людям постарше (как вы говорите, «цифровым иммигрантам»), занятым бизнесом, часто продают свои услуги всякие коучи личного брендинга, которые как раз и учат отсекаать их всякое лишнее из соцсетей. Типа, у успешного человека не должно быть в профиле фоток в домашней одежде, смешных картиночек и мемов, если они не связаны с его бизнес-деятельностью. Молодёжь же и так знает, как позиционировать себя в сетях...»* (Ц. А.).

Важно отметить, что противостояние в психологии ситуационных теорий самопрезентации, акцентирующих внимание на внешних факторах представления себя другим со стороны субъекта, с одной стороны, и мотивационных теорий, предающих решающее значение внутренним факторам самоподачи, с другой, как в зеркале, отражается в интерпретациях функций собственных профайлов, высказанных респондентами. Большинство из них воспринимают свои аккаунты как инструменты внешнего воздействия на сетевые аудитории. Однако некоторые респонденты делают акцент на восприятии собственного профайла и своих многолетних записей как инструмента самопознания и саморефлексии.

Виртуальные практики самопрезентации в Сети чрезвычайно многообразны. На основе материалов полевых исследований мы выделили несколько ключевых характеристик, отличающих виртуальную самопрезентацию от подачи себя в офлайн.

К ключевым моментам трансформации режимов самопрезентации и идентичности относятся:

1. Гиперрефлексивность виртуального образа

На возможности автодиалогичности и рефлексивности социальных сетей, а также их «мемуарного» использования в 2007 г. указывал российский исследователь виртуального пространства В.Л. Волхонский¹.

Социальные профили предоставляют возможности объективации собственной личности не только в плане аккумуляции фото- и видеоматериалов о себе, но и представленности своих интересов, убеждений, хобби и привязанностей. Подобная текстово-графическая интеграция Я-контента в один профиль позволяет индивиду смотреть на себя как бы со стороны и производить рефлексивную корректировку своего образа и поведения. Виртуальный профайл выступает как своеобразная «точка сборки» своей Я-концепции, тем местом, где, наконец, достигается состояние сфокусированного внимания на самом себе, поскольку образ Я символически опредмечен.

Некоторые пользователи социальных сетей рассматривают свой аккаунт не только как способ самоподачи себя другим, но и как некий идеальный проект самого себя, с которым они себя соотносят. Как пишет одна из респонденток, *«отличный вариант – самопроект будущего (лучшего) себя. Считаю, что создание идеальных аккаунтов не угнетает и разочаровывает, а, напротив, помогает стремиться к лучшему и достигать новых вершин»* (Ш. А.), т.е. профиль выступает как элемент рефлексивного соотношения с самим собой, диалога не только со своим «Альтер», но и с «Эго». Другой респондент также говорит о своеобразной идеализации виртуального образа Я: *«В соц. сетях некоторые юзеры (особенно заметно на субкультурах) дополняют до целого свои представления о себе, особенно если не могут сделать это в реальной жизни (анимешники ставят на аватары героев аниме, ассоциируют свое поведение в виртуальной жизни с канонами аниме и т.д.)»* (Б. С.).

Как нам кажется, профайл в социальной сети выполняет еще одну важную для пользователя социально-психологическую функцию: овеществленной индивидуальной памяти и своеобразной виртуальной автобиографии – «мемуара». Приведем развернутое описание подобного исполь-

¹ Волхонский В.Л. Психологические механизмы и основания классификации блогов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. СПб. : Изд-во СПбГУ, 2006. С. 117–131.

зования аккаунта одной из респонденток: *«Здесь хочу рассказать о своём аккаунте в инстаграме. Как раз таки его я заводила с целью некого "архива воспоминаний"... И этот аккаунт прежде всего для меня, а не для популярности среди кого-либо. Благодаря инстаграму, я могу посмотреть своё фото 3-летней давности, которое давно потерялось с телефона или компьютера, подпись к нему и вспомнить, что я в тот момент испытывала. При этом возникает чувство сладкой ностальгии. И мне совсем неважно, сколько лайков и комментариев получит то или иное моё фото, главное, что через пару лет я посмотрю на него и скажу: ага, а вот 1 июля 2015 года я первый раз увидела море и была счастлива настолько, что эмоции даже на фото бьют через край (как пример)»* (К. Ю.).

Весьма тонко резюмирует тему профайла как хранилища индивидуальной памяти один из респондентов: *«Да, безусловно, для меня ВКонтакте – это хронология, летопись моих эмоций, событий и переживаний»* (Б. М.).

2) Использование средств виртуальной социальной символики

Технологические возможности, которыми располагают социальные сети, позволяют пользователю, по аналогии с офлайн-присутствием (где мы маркируем свою личность и статус предметами субкультуры и престижного потребления), маркировать свою личность виртуальными социальными символами, нагруженными субкультурными значениями и личностно-значимыми различиями. Это никнеймы, аватары, гифки, статусы, шаблоны персональных страниц, фильтры и т.д. Российская исследовательница Сети О.В. Лутовинова называет их «лингвистически релевантными докоммуникативными средствами саморепрезентации»¹. Как замечает один из респондентов, *«человек еще не успел прочитать твоего имени в ленте новостей, но уже узнал тебя по знакомому сочетанию цветов и образов на аватаре»* (Ц. А.). В то же время, как показали результаты наших полевых интервью и фокус-групп, представители сетевого поколения обычно злоупотребляют подобными символическими маркерами только в подростковом возрасте. Со временем, взрослея, они начинают их использовать крайне экономно: *«Статусы – дело возрастное, на мой взгляд»* (Т. В.). Некоторые представители сетевого поколения воспринимают, например, смену аватара или гифки, условно говоря,

¹ Лутовинова О.В. Языковая личность в интернет-коммуникации / Интернет-коммуникация как новая речевая формация : колл. монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. 328 с.

как смену прически. То есть это способ обновиться внутренне за счет внешнего изменения: *«Для меня изменить аватар в социальных сетях – рядовая процедура, поскольку устоявшееся визуальное отражение человека в социальных сетях надоедает. Порой просто хочется обновлений и сменить аватар – самый простой способ»* (М. Г.).

3) Проактивность самоподачи при сниженной «социальной тревоге»

Как отмечает российский исследователь О.А. Гримов, «...благодаря оперативности и интерактивности коммуникации, социальные сети служат средством динамичной самопрезентации личности как практики перманентного самоизменения»¹. Возможность рефлексивного взгляда на свой аккаунт со стороны провоцирует проактивные усилия по осознанному выстраиванию своего образа, более планомерные и менее психологически «тревожные», чем в офлайн. По материалам интервью можно сделать вывод, что уровень проактивности зависит от характера виртуального общения (например, в ситуации субъективной значимости контакта с работодателем или преподавателем уровень самоконтроля в самоподаче значительно выше, чем в дружеской переписке) и величины предполагаемой аудитории (в личной переписке она выражена меньше, чем в ситуации публикации поста, который попадает во френд-ленту).

Многие российские и зарубежные исследователи отмечают позитивный аспект физической непредставленности при общении онлайн, выражающийся в снятии психологических барьеров. Внешний облик, пол, возраст, социальный статус, визуальная привлекательность или непривлекательность перестают играть самодовлеющую роль и оказывать влияние на коммуникативную компетенцию человека².

Многие респонденты отмечают, что уровень «социальной тревоги» и волнения при общении даже с большой аудиторией подписчиков сравнительно ниже, чем при публичном офлайн-выступлении, поскольку визуальный контакт с аудиторией отсутствует. Вот как описывает подобную «виртуальную браваду» самоподачи одна из респонденток: *«Есть знакомые, которые в соц. сетях за мониторами более общительны и уверены в своих высказываниях, чем в реальности. В реальности могут даже и не поздороваться, избегают зрительного контакта, очень неуверенные и*

¹ Гримов О.А. Социокультурные практики личности в социальных сетях : дис. ... канд. социолог. наук. Курск, 2014. С. 55–56.

² Игнатьева Э.А., Софронова Н.В. Психологические особенности взаимодействия людей в информационном обществе. М. : Спутник+, 2014. 158 с.

стеснительные (не все конечно, но есть)» (Г. Ф.). Далее она пытается определить психологические факторы подобной «виртуальной бравады»: «Во-первых, за счет отсутствия реального зрительного контакта. Ведь при живом общении посредством мимики можно предугадать реакцию человека на сказанную речь. А при введении в тупик по мимике можно увидеть растерянность, волнение и не суметь ответить. В сети же все намного легче: растерялся / "выпучил глаза" и уверенно ответил» (Г. Ф.).

Еще один наш респондент видит причины «виртуальной смелости» в полном контроле пользователя над ситуацией общения и доступом к коммуникации в виртуальном пространстве сетей: *«Раскрепощает то, что в сети люди могут реагировать на негативные отклики так, как считают уместным. Я имею в виду, добавления обидчика в черные листы, написание гневных и оскорбительных комментариев, переход на личности и т.д. При этом они не чувствуют на себе ответственность за свои слова, и как следствие позволяют себе гораздо больше чем в реальной жизни... В сети они полностью контролируют, что они хотят видеть и слышать, а что нет. Именно эта мнимая свобода и психологически раскрепощает» (Р. Е.).*

4) Динамичность самопрезентации как способ напомнить о себе

Опытные пользователи социальных сетей прекрасно понимают, что во френд-ленту их друзей информация-напоминание о них поступает только в случае публикации или репоста какой-либо информации на своей странице. Таким образом, публикация своих новых фото, фоторепортажа с места событий, собственных сентенций, перепосты материалов других людей, обновление юзерпика или статуса как элементы динамичной самопрезентации активно живущей личности одновременно выполняют функцию «открытки»-напоминания о себе.

Респонденты-молодежь чаще всего меняют свои фото и выкладывают репортаж с мероприятий и событий. Как пишет одна из респонденток, *«если я не выложу в социальную сеть информацию о каком-то значимом и интересном событии в моей жизни, этого как будто и не случилось» (Н. Ю.).* Характер материалов-самопрезентаций со временем и возрастом сильно меняется. Вот как описывает эволюцию своих виртуальных самопрезентационных практик одна из респонденток: *«ВК: в возрасте 15–17 лет очень часто меняла аватарки и статусы (по типу: "никто не знает, как плачет ночами та, что идёт по жизни смеясь", да, теперь вы*

знаете обо мне чуть больше и можете громко смеяться). Сейчас делаю это относительно редко – по настроению. Могу поменять раз в три месяца, а могу и за день две сменить, т.к. Первая перестала нравиться (я же девушка, к тому же блондинка 😊). Статусы сейчас тоже не ставлю (и желания нет, и корпоративный стиль на работе этого не приветствует особо). Раньше (опять же в возрасте 15–17 лет) часто постила себе на стену что-то. Сейчас же я делаю это гораздо реже, если что-то очень понравится» (К. Ю.).

Диапазон подобной напоминающей активности чрезвычайно широкий. Приведем выдержки из интервью:

«А вот есть у меня в друзьях "медийные" личности – они каждый день выкладывают фото и новости с целью все время быть в новостной ленте:» (Б. М.).

«Касательно же друзей и знакомых: – есть такие же как я; – есть люди творческие, для которых важно ежедневно напоминать о себе. Делают они след. образом: 1. Хотя бы раз в неделю (максимум месяц) меняют аватарки. 2. Ежедневно постят новости о своей деятельности (текст и фото в основном, видео) 3. Могут лично вас просить о репосте. – есть еще третий тип, для которых важен каждый лайк ("если много лайков – значит я популярна" – отвечали мне). Для этого кроме фотографий с отдыха и о приобретении последних новинок, выкладывают смешные ситуации из жизни. Обратила внимание, что так обычно рассуждают и поступают подростки» (Г. Ф.).

5) Драматургический менеджмент, гипертрофированные возможности сокрытия социальной «стигмы» и акцентуации достоинств

Стремление выглядеть лучше на публике, чем в приватной обстановке, является одной из базовых потребностей человека: «Не важно online или offline, но мы надеваем маски – такова природа человека» (М. К.). Вот как об этой базовой потребности пишет одна из респонденток: «В сети люди всегда хотят казаться лучше, чем в реальной жизни. И даже в том же "нищевородском" твиттере стараются быть смешнее и искрометнее, чем обычно. Социальные сети в каком-то плане – "лицо" человека и вряд ли кому-то хочется выставлять некачественный контент» (К. А.).

Бинарная оппозиция контролируемых / неконтролируемых впечатлений в виртуальном мире сетей сильно смещается в сторону усиленного контроля над оказываемыми впечатлениями на других за счет перформан-

тивного конструирования своего аккаунта и сокрытия стигматизирующих обстоятельств (болезней, травм, неудач, низкого статуса) при акцентуации достоинств (достижения, социальные награды, знаки статуса, престижные фотосессии-селфи) (рис. 7).



Рис. 7. Примеры контраста образов «Я – реальный» и «Я – виртуальный» (онлайн-игры) с развлекательного портала «Подкат» (<http://www.podkat.ru/index.php?newsid=72806>)

Одна из респонденток рефлексировала над своими виртуальными практиками следующим образом: *«Мой [виртуальный] театр строится на том, что я показываю лишь позитивные моменты, чаще – самые яркие и интересные. Бывает, даже, пролистав свою ленту в Инстаграме, сама удивляюсь, как я хорошо живу... [бытовые моменты] не показываю, потому что это просто неинтересно и не представляет никакой эстетической ценности»* (Н. Ю.).

«Сетевой перфекционизм», идеализация образа Я в аккаунте и новостной ленте, как показало общение с респондентами, свойственны многим пользователям и, особенно, пользовательницам: *«Люди и в реальной жизни предпочитают скрывать свои недостатки, казаться лучше, выбирая одежду, подходящую под фигуру, выпячивая лейблы, чтобы выглядеть престижнее, оправдывая свое поведение перед знакомыми. А социальные платформы вообще предлагают создать себя заново, показать миру только то, что будет работать на положительное впечатление о человеке»* (Н. Ю.).

Существует большой диапазон способов идеализации образа Я: от чисто технических (использование различных фильтров и выгодных ракурсов в сети Instagram) и постановочных (фотосессии и селфи) до содержательных (цитирование великих, глубокомысленные статусы в профиле, модные интересы и увлечения на странице) (рис. 8).



Рис. 8. Иронический коллаж-комикс на тему фиксации обыденных моментов жизни в фотохостинге Instagram (http://pic-collage.com/_2U6gyaUg)

Важно подчеркнуть, что социальные сети обладают неограниченными возможностями контроля над визуальной информацией о себе и над своим визуальным образом, чего не так просто добиться в офлайн. В офлайн мы легко контролируем свою речь, но не внешнее впечатление о себе, которое, проходя через визуальные каналы информации, может противоречить артикулируемому с помощью речи. Приведем описания респондентами начальной технической фильтрации и идеализации визуального контента о себе: *«Я встречал большое количество примеров, в основном женщин, которые не просто тщательно фильтровали свой контент с тем, чтобы произвести впечатление успешной, насыщенной жизни, но и вкладывались в это с полной отдачей. Это определенный тренд, ярко видный, например, в инстаграме. В основном это касается фотографий. И конечно наигранно смотрятся те аккаунты, которые не соответствуют образу жизни владельцев, которых я знаю IRL»* (Б. С.).

Некоторые пользователи решают проблему аутентичности своего Я через удвоение своих профайлов в социальной сети. Приведем пример: *«Я знакома с девушкой, у которой есть страница в контакте для других, а есть для себя, куда она добавляет все то, что портило бы целостный образ ее первой страницы. И первая ее страница действительно воспринимается некоторыми как идеальная»* (Н. Ю.). Еще один вариант идеализации – начать свой аккаунт «с чистого листа», удалив предыдущий

«черновик», не поддающийся улучшениям: *«Также знаю много людей, которые постоянно удаляют одну страницу и создают другую. Или просто создают другую, объясняя это тем, что, так сказать, новая страница – новая жизнь. Она чиста, можно заполнить ее только отборной информацией. На старой может быть жалко что-то удалить или неудобно кого-то удалить из друзей»* (К. Ю.).

В процессе проведения виртуальной фокус-группы выяснилось существование среди подростковой молодежи модного антитренда (прежде всего, в сети Twitter) как реакции на предыдущий тренд «сетевого перфекционизма». Он выражается в стремлении пользователей создавать антигламурные профили и в своеобразной антиподаче себя. В качестве способа отстройки от «стадной» установки на завышение своего образа молодые бунтари практикуют намеренное занижение виртуального образа своего Я как способ выделиться и заявить о своем протесте против массы (в данном случае уже виртуального большинства). Один из наших респондентов дал даже некоторую фрагментарную классификацию подобной сетевой антигламурной самопрезентации: *«Однако тренд рождает антитренд: например, в твиттере распространены нытье о "нищевродском" существовании, шуточки про доширак и т.д. Там пользователь наоборот старается показаться настоящим и уязвимым, а значит честным и немножко смешным. Нередко подшучивают над инстаграмми и даже человек, который ведет инстаграм "Успеха" в твиттере может понять, как ему надоело все, в том числе его инстаграм – это такая территория честности. Следующий тренд – это "треш инстаграм". К такому типу самопрезентации склонны детишки на "панк волне". Подростковый протест против "инстаграмов успеха", наверное»* (В. Р.). И такие наблюдения респондентов не единичны. Приведем еще один пример: *«Что удивительно, есть разряд людей, которые создают контент "жизнь-боль". Возможно, это связано с высоким уровнем свободы в Интернете, трендом на циничность»* (Б. С.).

Возможно, с точки зрения психологии построение «антигламурного» образа в Сети следует рассматривать как защитную самопрезентацию¹ – неосознанное поведенческое проявление мотивации избегания неудач через выбор коммуникативной среды с заниженными требованиями. Оба эти явления – сетевой перфекционизм и антигламурный способ подачи –

¹ Михайлова Е.В. Обучение самопрезентации : учеб. пособие. 2-е изд. М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. 167, [1] с.

роднит осознание широких возможностей манипулирования своим образом Я виртуальной реальности за счет инструментов драматургического менеджмента.

Организация режима символического обмена

Дружба и любовь офлайн предполагает обмен как значимой для людей информацией, поддержкой, так и символическими знаками внимания (это могут быть цветы, открытки, подарки, совместные фотографии, поздравления с днем рождения, различными юбилеями). Данный обмен не носит строго эквивалентный характер (как, например, в области маркетинговых отношений), но и без него отношения затухают¹.

Важным преимуществом реального коммуникативного обмена как средства поддержания межличностных отношений служит его полисемантичность (применение различных типов символических знаков – визуальных, аудиальных, мимических, жестовых) и, если так можно выразиться, «мультимедийность», т.е. использование всех каналов доставки информации о партнере (и большинства органов чувств). Полнота восприятия «в реале» ничем не может быть замещена в ситуации онлайн-коммуникации, и это подчеркивают многие наши респонденты.

В конечном счете поддержание межличностных отношений в онлайн сводится к обмену контентом и символическими знаками внимания. Но некоторые респонденты выделяют в этом плане еще и совместную виртуальную деятельность (участие в онлайн-играх, совместных проектах, тимбилдинг). Обмен значимой для друзей и партнеров по гендерным отношениям информацией протекает в многообразных форматах: *«В основном делимся смешными картинками, фотографиями, видео. Обсуждаем новости»* (П. А.).

«По большей части это фото и видео контент... Тематика различная: начиная от музыки и новостей музыки и заканчивая политическими новостями. Но по большей части это смешные картинки и мемы и разные видео» (Л. Ю.).

«Обмениваемся самым разным контентом, начиная с аудиозаписей, картинок и своих смешных фотографий, заканчивая научными / философскими статьями... Есть еще общие диалоги, например, диалог комнаты,

¹ Отношения нуждаются в том, чтобы их «подогревали», и таким «топливом» служат символические «знаки внимания».

в которой я раньше жила, диалог бывших одноклассниц, с которыми тесно общались. Обычно туда отправляется все самое смешное и шокирующее, всякие фотографии-приветы или из серии "что я сейчас делаю"» (Н. Ю.).

Респонденты даже выделяют своеобразную иерархию «виртуальных знаков внимания», которые служат своеобразной «виртуальной валютой» межличностных отношений (тем более что во многих сетях, например в «Одноклассниках» или в «ВКонтакте», часть из них имеет вполне определенную денежную стоимость): *«В том же ВК до 2013–2014 года дарили активно редкие дорогие "подарки" (мы их не покупали, мы их получали с помощью игр и приложений), поставить лайк – это просто, круче всего, когда у тебя были репосты. Это означало, что твой пост или фото действительно нравятся людям. Если делать ранжирование то лайк – это дешево, обычно, типа спасибо, коммент – ценность выше, а репост – это вообще дорогого стоит» (П. Д.).*

Отдельные юзеры используют в виртуальном общении весьма необычные «знаки внимания»: *«У меня был знакомый, который начинал разговор со мной с того, что присылал дурацкие гороскопы на мой знак зодиака (хотя мы оба в это не верим). Просто такой способ поздороваться)» (Г. А.).*

Затраты ресурсов и издержки межличностного общения

В «реале» на эффективное поддержание межличностных отношений налагаются существенные пространственно-временные ограничения: сама доставка «знаков внимания», как и обмен информацией и поддержкой, требует времени и перемещения в пространстве.

Важной составляющей межличностных отношений является также и обмен эмоциями: радость за партнера, сострадание к проблемам, гордость, любовь, сопереживание. Всё это является важнейшей составляющей межличностных отношений и межличностного обмена. В ситуации соприсутствия «лицом к лицу» все эти эмоции должны быть «проиграны» по-настоящему, поскольку фальшь легко разоблачается и в интимном кругу неприемлема. Это означает большие психоэмоциональные затраты на внимание, вовлечение (в жизненные проблемы), сопереживание, эмоциональную и прочую поддержку. Именно в этом, как нам представляется, кроется ограничение на возможности иметь большое число друзей в офлайн. Мы осознаем ограниченность

наших психо-эмоциональных ресурсов и подбираем друзей (как и гендерных партнеров) осторожно, понимая, что поддержание контакта требует затрат.

Вообще в плане коммуникативных издержек и ресурсов межличностные отношения чрезвычайно, если так можно выразиться, «затратоёмкие», в отличие от других типов социальных (профессиональных, статусных) отношений, где люди обычно так не «расходуют себя» (при общении с коллегами, соседями, служащими и продавцами, прохожими).

В ситуации онлайн-коммуникации доставка сообщений и «знаков внимания» от друзей (гендерных партнеров) сильно упрощается, а издержки общения минимизируются.

В плане реорганизации сетевых межличностных коммуникаций точной является метафора «межличностного виртуального серфинга» (легкого скользящего общения). В отличие от межличностных офлайн-коммуникаций, взаимодействие в социальных сетях представляет собой общение с низкими издержками / обязательствами. Пользователь, общаясь с френдами (или, например, «звезда» со своими фолловерами), имеет все возможности минимизировать время, затрачиваемое на общение. Здесь не нужны специальные встречи-«инсценировки»: с друзьями во дворе, на футболе, в баре. Здесь можно сочетать виртуальное дружеское общение с другими офлайн-делами (т.е. применять полиактивность и многозадачность) и минимизировать свои усилия по поддержанию дружбы посредством обмена символическими «знаками внимания». Если в данном контексте затронуть тематику троллинга, то здесь также наблюдается похожая ситуация: сетевой тролль в силу физической непредставленности и анонимности не несет тех издержек своего агрессивного поведения, которые он мог бы иметь в случае столкновения офлайн.

Одна из респонденток обосновывает предпочтение онлайн межличностных контактов следующим образом: *«Я вообще домашний человек, не люблю гулять, выходить из дома. Поэтому мне удобнее дружить вот так – через переписку. Со многими моими реальными друзьями тоже я больше времени общаюсь в соцсетях. Издержек у такой дружбы намного меньше. Не нужно тратить времени на встречи, всегда можно избежать нежелательного общения и т.д.»* (Г. А.).

Помимо чувства защищенности, респонденты видят также огромное преимущество социально- сетевого общения с друзьями в существенной экономии времени при современном «бешеном» темпе жизни молодежи: *«Для меня общение в соц. сетях на данном этапе моей жизни, удобнее,*

быстрее можно сказать. Мне кажется, что общение в офлайне, в данном темпе жизни не может быть таким насыщенным, в виду отсутствия времени, да и зачастую сил если честно... Поэтому издержек временных, каких либо затрат по минимуму), но конечно общение в офлайне соц. сети не заменят!» (В. Е.).

При этом речь не идет об отказе от онлайн-встреч и дружеских отношений и полном переносе их в онлайн, скорее об изменении их баланса и минимизации офлайн: *«Я предпочитаю симбиоз из офлайн и онлайн общения. В нынешнем ритме жизни соотношение получается примерно 20/80. Ведь выбор пространства для общения зависит больше от степени занятости, характера взаимоотношений и возможности личных встреч. Общаюсь же одинаково с друзьями и так и так. Конечно, просто "виртуальных" друзей у меня практически нет, я всех видел в живую :) Поэтому уже знаю по тексту и "смайликам" какие эмоции испытывает собеседник, с какой интонацией отвечает. С виртуальными же, тех, кого не видел ни разу, представляю их реакцию исключительно из собственных предположений» (Б. М.).*

Одна из респонденток указывает на ситуацию молодой мамы, когда сетевое общение является настоящим спасением от временной домашней изоляции: *«Сейчас люди за неимением времени предпочитают общаться через сеть. Главное чтобы это общение было "здоровое", а не "маниакальное..": не поставил лайк – разлюбил или не друг больше"!!! На данный момент я – молодая мама! у меня совсем нет времени на встречи, но меня спасает сеть! я всегда могу поздравить френда, подарить подарок или даже 2) (где вы в реальности отдаетесь 60 рублями!!!)... прокомментировать новую фотографию – уделить немножко внимания, а с помощью инстаграмм имею возможность показать, что я ЖИВА)» (Т. О.).*

Дружеские и любовные отношения в социальных сетях, во-первых, стандартизированы и операционализированы через использование своеобразной «валюты» виртуальных интеракций – виртуальных знаков внимания (виртуальных подарков, лайков, репостов, расшариваний, смайликов). Во-вторых, они еще и частично автоматизированы и рутинизированы за счет подсказок социальной платформы (относительно общих событий, интересов, знакомых или, например, напоминания о грядущих днях рождения друзей).

Если «в реале» психо-эмоциональную вовлеченность можно почти всегда гибко регулировать, то в социальной сети это делать гораздо сложнее. Как отмечает Э.А. Игнатьева, «физическое отсутствие участни-

ков коммуникации в процессе общения приводит к тому, что чувства можно не только выражать, но и скрывать, равно, как и можно выражать чувства, которые человек в данный момент не испытывает»¹.

Благодаря подобной редукции межличностные коммуникации радикально упрощаются. Объем связей, их количество возрастают в силу снижения эмоционально-психологических издержек на каждую из них в отдельности (пословица «не имей сто рублей, а имей сто друзей» воплощается в виртуальную реальность). Психологически сложный отбор-испытание принятия в офлайн-друзей сменяется простотой принятия во «френды», а начальная легкость вступления в виртуальный контакт выступает как вовлекающий «поточковый» фактор сетевого «межличностного серфинга», сетевого фланирования в потоке слабых социальных связей.

В этом контексте российский психолог Е.Ю. Патяева² описывает состояние пребывания в виртуальной реальности как опыт «потока» (состояние радостной поглощенности деятельностью) и адаптирует его характеристики применительно к Сети. «Оборотной стороной медали» является низкий уровень обязательств в рамках виртуальных межличностных отношений: уровень дружеских требований к виртуальному «френду» значительно ниже, чем в офлайн, в силу низких межличностных «инвестиций» в отношения. Как пишет один из респондентов, онлайн-отношения при их простоте и легкости гораздо слабее офлайн-связей: *«В социальных сетях намного проще начать общение. Но при этом, вероятность потерять связь с человеком тоже очень высока. А за пределами этих сообществ вы остаетесь чужими людьми. Мне кажется, что потерять связь с кем-нибудь в сети так же легко, как и в реальной жизни. Достаточно просто прекратить контактировать. Но в реальной жизни дружба может сохраниться, даже спустя годы»* (М. А.).

«Выход» из отношений

Разрыв отношений в любви и дружбе может носить болезненный и конфликтный характер в силу пространственно-временного соприкосновения бывших партнеров, поэтому в офлайн для разрыва связей харак-

¹ Игнатьева Э.А., Софронова Н.В. Психологические особенности взаимодействия людей в информационном обществе. М. : Спутник+, 2014. 158 с.

² Патяева Е.Ю. Сетевой человек и его жизненные миры // Рождение коллективного разума / под ред. Б.Б. Славина. М. : ЛЕНАРД, 2014. 288 с.

терна стратегия изоляции и совместного физического неприятия хотя бы на начальном этапе.

В онлайн «выход» (или разрыв) межличностных отношений может протекать в достаточной степени безболезненно за счет удаления из списка «френдов» или списка поклонников / поклонниц в случае гендерных отношений. При этом уведомления о разрыве виртуальных отношений контрагенту не приходит, и он об этом может только догадываться по косвенным признакам, исходя из мониторинга своего «френд-листа». В отличие от офлайн, разрыв межличностных отношений в виртуальном пространстве социальных сетей всегда носит осознанный проактивный характер. Так, многие респонденты указывали на периодически проводимую ими «чистку» списка друзей и удаление ненужных контактов: *«Регулярно провожу чистку рядов друзей в соц. сетях. Если есть люди, с которыми давно не поддерживал контакт и не собираюсь, если отсутствует активность этих людей, говорю им "пока-пока"»* (Г. А.).

Наиболее продвинутые в цифровых коммуникациях респонденты не видят необходимости «официально» разрывать отношения, поскольку в сетях встроены механизмы регулирования открытости другим пользователям-«френдам», используя которые вы можете сохранять человека номинально во «френдях», делаясь для него взаимонепроницаемым: *«Некоторые знакомые так делают. Ну потому что считают их лишними в своем френдлисте. Но как бы сейчас все настолько упрощено, то, что эти люди спускаются вниз френдлиста, если вы с ним не общаетесь, не нравятся тебе его посты и прочее – заблокировал новости от него. Висит себе в друзьях, да и ладно. Вдруг понадобится как-нибудь»* (Л. Ю.).

Предварительные выводы: виртуальный medium is the actor

В конце статьи хотелось бы кратко подвести итоги нашего анализа. Во-первых, виртуальное пространство социальных сетей делает мир межличностных взаимодействий более открытым и прозрачным, чем это достижимо при офлайн-контактах. Социальные сети предоставляют гораздо более благоприятные условия для самопрезентации и начального завязывания контактов, что имеет далеко идущие последствия в плане изменения типичных фреймов дружбы и любви¹. Напротив, в силу воз-

¹ Теперь, скорее, можно говорить о любви «с первого взгляда» на профиль в социальных сетях.

возможности регулировки уровня открытости в виртуальном пространстве, личностная вражда становится более анонимной и трансформируется в троллинг.

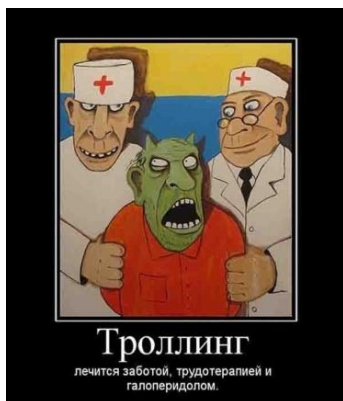


Рис. 9. Иронический коллаж-комикс с визуализацией образа сетевого тролля
(по мотивам картины Васи Ложкина:
https://img-fotki.yandex.ru/get/6844/141128800.2b7/0_ecae5_5d187b1a_orig.jpg)

Тем не менее использование в онлайн-коммуникации анонимности, включение «ролевых игр» и построение множественного Я являются, скорее, маргинальными практиками в ограниченном пространстве чатов и форумов, нежели социальных сетей, как было принято считать в начальные периоды исследования виртуальной коммуникации в 2000-е гг.

Новым является и то, что в пространстве социальных сетей изменяется баланс публичности / приватности, являющийся важным фактором организации межличностных контактов. С одной стороны, та информация, которая в офлайн могла бы быть отнесена к приватно-персональной и не афишироваться, особенно в официальной сфере и внешних повседневных взаимодействиях (интересы, взгляды, вкусы, увлечения человека), через доступ к персональному профайлу становится публичной (концепция виртуального эксгибиционизма / вуайеризма Чарльза Калверта). С другой стороны, сети, благодаря своим технологическим опциям (мессенджерам), предоставляют возможности абсолютно приватного и не пресекающегося обмена сообщениями, труднодостижимого в офлайн.

Во-вторых, сильно меняется пространственно-временная и ресурсная организация межличностных отношений: в пространстве сетей происходит разрыв формулы офлайн-общения «я – ты – здесь – сейчас»¹. Виртуальная межличностная коммуникация не требует специальных камерных физических мест для своих «инсценировок» и синхронного выделения времени. Она может быть пространственно и временно разнесенной и происходить в асинхронном режиме. В каком-то смысле это уникальная ситуация для межличностных отношений. Подобная их организация дает сильную экономию временных и психо-эмоциональных ресурсов, что позволяет увеличить объем межличностных связей (количество «френдов», поклонников / поклонниц). Платой за неограниченные возможности межличностного «виртуального сёрфинга» является низкий уровень межличностных обязательств в подобных отношениях.

В-третьих, частичный перенос межличностных коммуникаций в виртуальное пространство социальных сетей приводит к *формированию новых типов виртуальных коммуникативных идентичностей* виртуального поклонника / поклонницы, «френда», «фолловера», «тролля» и, возможно, других. Российские исследователи Интернета Э.А. Игнатьева и Н.П. Софронова выделяют типы виртуальных собеседников и стили виртуального общения². О.В. Лутовинова предлагает адаптировать для описания интернет-коммуникации концепт «языковой личности» и выделяет лингвокультурные виртуальные типажи («хакер», «программист», «ламер», «чайник», «системный администратор», «модератор», «флудер», «спамер», «геймер», «падонок»)³. Некоторые российские и зарубежные исследователи пишут о возникновении феномена сетевой личности и даже перечисляют ее особенности (в частности, Е.Н. Горный⁴).

Языковые и стилистические изменения сетевого межличностного общения являются следствием и отражением изменения коммуникативной позиции и идентичности партнеров. Говорить же о формировании новой

¹ Лутовинова О.В. Языковая личность в интернет-коммуникации // Интернет-коммуникация как новая речевая формация / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. 328 с.

² Игнатьева Э.А., Софронова Н.В. Психологические особенности взаимодействия людей в информационном обществе. М. : Спутник+, 2014. С. 47–48.

³ Лутовинова О.В. Языковая личность в интернет-коммуникации // Интернет-коммуникация как новая речевая формация / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. 328 с.

⁴ Горный Е.Н. Онтология виртуальной личности [Электронный ресурс] // Сетевая словесность. URL: <http://www.netslova.ru/gorny/selected/ovl.html> (дата обращения: 20.10.2016).

«виртуальной личности» было бы преувеличением. Речь, скорее, следует вести о формировании новых коммуникативных идентичностей и сетевых ролей, но не «сетевой личности», обособленной от реальной. Все наши респонденты в ходе полевых исследований подчеркивали, что общение онлайн выполняет дополнительную функцию по отношению к офлайн-общению и заменить его не может, но при этом сетевая роль-идентичность общения сильно меняется в новой среде. Сетевое поведение виртуального поклонника / поклонницы, «френда», «фолловера» или, тем более, «тролля» коммуникативно, стилистически и психо-эмоционально сильно отличается от поведения этих же людей в реальности с офлайн-идентичностью. Виртуальные коммуникативные идентичности фиксируют позицию и установки участника потока межличностной виртуальной коммуникации. Они носят частично объективный институционализированный характер (как, например, виртуальный статус «френда» или «фолловера») и не сводимы ни к одному другому типу идентичностей: языковой, субкультурной, гендерной, этнической, социально-статусной.

И в заключение хотелось бы перефразировать знаменитое высказывание канадского исследователя Маршала Маклюэна «medium is the message» в новую формулу применительно к виртуальной реальности отношений – «medium is the actor»: виртуально-сетевая среда коммуникаций в ракурсе межличностных отношений меняет не только характер сообщений, но и саму коммуникативную идентичность участников. Особенности этой новой коммуникативной идентичности требуют дальнейших исследований.