

Модусы репрезентации личности в социальных сетях

Гримов Олег Александрович

Аспирант

*Юго-Западный государственный университет, Экономический факультет, Курск,
Россия*

E-mail: grimoleg@yandex.ru

Социальные сети, будучи уникальной средой, трансформирующей паттерны межличностного коммуникативного взаимодействия, по своей природе накладывают заметный отпечаток на все происходящие в них коммуникативные процессы.

Выделим наиболее актуальные в рамках нашего исследования свойства социальных сетей:

- виртуальный, символический характер коммуникативных процессов;
- широкий простор для самопрезентации и самовыражения;
- отсутствие чётких границ между реальным и виртуальным;
- многообразие коммуникативных возможностей.

Данные характеристики взаимосвязаны и определяют особенности бытия личности в мире медийных сетей. Личность становится виртуальной и приобретает многие черты той среды, в которую оказывается помещена. Горный выделяет следующие свойства виртуальной личности: бестелесность, анонимность, расширенные возможности идентификации, множественность, автоматизация [1].

На основе анализа ключевых характеристик виртуального пространства и виртуальной личности мы можем обозначить категории самовыражения личности, которые будем называть модусами репрезентации. Рассмотрим их подробнее:

1) модус телесности. Под ним мы понимаем степень репрезентации телесного в структуре виртуальной личности. В данном случае мы понимаем под телесностью совокупность реальных (физическая телесность) или символических (виртуальная телесность) – физиологических и антропометрических характеристик индивида, а также различных действий, направленных на поддержание его жизненных функций. В Интернет-пространстве мы имеем дело только с виртуальной телесностью, представленной различными символическими практиками (выбор аватара, размещение личных фото- и видеоматериалов); даже в случае идентичности визуальных практик пользователю речь идёт только о симулированной телесности. Наиболее актуальной практикой телесности в рамках самопрезентации в социальных сетях является построение гендерной и сексуальной идентичности.

2) модус идентичности. Идентичность формируется посредством различных стратегий самопрезентации. Под самопрезентацией мы понимаем процесс «осознаваемого или неосознаваемого, целенаправленного или стихийного предъявления определённых аспектов своего «Я» окружающим» [3, с.45]. Виртуальная личность может наделяться различными характеристиками: как реальными, так и характеристиками идеального «Я»; распространено также наделение виртуальной личности демонстративной негативной идентичностью. Формирование идентичности в социальных сетях отличается широким разнообразием и динамичностью; возникает феномен нетождественности виртуальной личности самой себе [2].

3) модус интенциональности. Под интенциональностью коммуникации мы понимаем её направленность. Коммуникация в социальных сетях характеризуется потребностью в обратной связи. Таким образом, одним из ключевых свойств виртуальной личности является принципиальная диалогичность. Однако, как утверждает А. Хитров, виртуальная личность не просто диалогична, она ещё и автодиалогична. Он пишет: «Сетевая личность невозможна без другой сетевой личности. Автор сетевого дневника обращается к себе, к Другому и к себе как Другому» [2]. Привлечение внимания Другого к своей сетевой личности невозможно без размещения персональной информации, зачастую очень личной и приватной; такой гипертрофированный тип самопрезентации, дезактуализирующий интимность личного пространства в Сети, был назван Хилле Коскела «экспозиционизмом самовыражения» (empowering exhibitionism) [4]. Таким образом, самопрезентация в социальной сети представляет собой динамичный процесс, требующий постоянного самоконструирования, построения идентичности и привлечения внимания. Динамичность самопрезентации обуславливает актуальность оперативности и принципиальной интерактивности виртуальной личности.

4) модус креативности. Креативность выступает интегральным модусом по отношению к трём вышеперечисленным, являясь своего рода их «стержнем». Креативность заключается в разностороннем самовыражении личности. Между креативностью и репрезентацией в нашем понимании есть значимое различие. Репрезентация является отражением реальной личности в виртуальном пространстве. Репрезентация во всех своих компонентах имеет свойства креативности: в социальных сетях происходит творческое конструирование виртуальной личности (построение идентичности, выбор коммуникативного стиля). Креативность трактуется нами в более узком смысле как степень присутствия творческого начала в самоконструировании. Креативность означает выход за заданные рамки самокатегоризации, открывающие простор для творчества, но в то же время ограничивающие и формализующие его.

5) модус объектности. Объектность, в отличие от предыдущих модусов, характеризует не деятельностный, а онтологический статус виртуальной личности, определяемый её реальностью и отношением к автору. Объектность описывается категориями реальности и виртуальности. Как отмечает Е. Горный, «виртуальная личность есть объект, которому приписываются качества субъекта, но статус существования которого не определён. «Виртуальное» здесь обозначает нейтрализацию между «реальным» и «нереальным» [1]. Отметим, что виртуальная личность является репрезентацией реальной, поэтому находится с последней в тесной взаимосвязи. Соотношение «реального» и «нереального» в структуре виртуальной личности может регулироваться применением различных автоматизированных систем (например, спам-боты). Субъектный статус виртуальной личности, при котором она воспринимается как реальный самостоятельный субъект, возможен при значительном обособлении от её создателя. В остальных случаях виртуальную личность можно рассматривать лишь как репрезентированный образ реальной личности. Сложность определения статуса виртуальной личности обусловлена амбивалентностью её отношений с её автором.

Модусы репрезентации являются наиболее общими характеристиками, описывающими бытие-личности-в-социальных-сетях, что позволяет нам рассматривать их как основные векторы самоконструирования личности.

Литература

Конференция «Ломоносов 2012»

1. Горный Е. Онтология виртуальной личности: <http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/texts/ovr.h>
2. Хитров А. Блог как феномен культуры: <http://ecsocman.hse.ru/data/518/878/1219/05-Nitrov.pdf>
3. Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию. Минск, 2005.
4. Koskela H. Webcams, TV shows and mobile phones: Empowering exhibitionism: [http://www.surveillance-and-society.org/articles2\(2\)/webcams.pdf](http://www.surveillance-and-society.org/articles2(2)/webcams.pdf)