

**Субъект в социальных сетях: в поисках аутентичности**

**Гримов Олег Александрович**

*Аспирант*

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

*E-mail: grimoleg@yandex.ru*

Современный этап развития информационно-коммуникативных технологий характеризуется эскалацией темпов роста популярности социальных сетей и появлением новых форм их функциональной насыщенности. Социальная сеть – интерактивный многопользовательский веб-сервис, служащий для построения и организации социальных связей и отношений в виртуальном пространстве. Основные функции социальных сетей, вытекающие из самой их природы, – коммуникативная, а также функция поддержания и развития социальных связей.

Однако в настоящее время отмечается изменение функциональной сущности социальных сетей. Последние тенденции их развития свидетельствуют о «насыщении» потребностей пользователя в коммуникации и социальных связях. Приобретает актуальность стремление пользователей социальных сетей к аутентификации, документированию своей жизни посредством «схватывания» ускользающей реальности.

Уже такие социальные сети, как «Twitter» [1] и «Instagram» [2] смещают акцент с коммуникации непосредственно на пользователя в аспекте его самовыражения. Однако самовыражение является в них по сути лишь формой. Оно редуцируется к самоподтверждению. Twitter представляет собой социальную сеть в формате микроблога, сущность которого заключается в написании заметок (т.н. «твитов») короткого объёма (до 140 символов). Социальный веб-сервис «Instagram» является мультимедийным развитием основной идеи «Twitter»; отличием является то, что в «Instagram» пользователи выкладывают свои фотографии при практически полном отсутствии собственно текстуальных практик. При этом публикуемые твиты и размещаемые фотографии, как правило, предельно ситуативны и неререфлексивны.

Главным посылом текстуальных и мультимедийных практик в соответствующих социальных сетях («Twitter», «Instagram») является актуализация наличного бытия пользователя как субъекта, его здесь-присутствия. Естественное ускорение темпа жизни современного общества в социальных сетях наблюдается наиболее отчётливо. Поэтому социокультурные практики в данных социальных сетях отличаются максимальной мобильностью и актуализацией «онлайнности» (т.е. проистекания в режиме реального времени) как ключевого требования.

Небольшие заметки и фотографии, характеризуемые значительной частотой публикации/отправления, служат описанием непосредственно текущего состояния, сиюминутным срезом активности пользователя. Данные продукты творчества позволяют субъекту «быть», подтверждая реальность его активного присутствия. Это отражается в постоянном обновлении заметок и фотографий как постоянной регенерации своего присутствия и, как следствие, подтверждения его реальности, которая иначе становится неактуальной и может быть подвержена сомнению.

Другим проявлением означенной тенденции является распространение гео-социальных сетей (напр., «Foursquare» [3]) с функцией геопозиционирования, фокусирующих внимание на пространственной (географической) локализации пользователя в конкретный момент времени.

Кроме своей явной социальной функции, которая заключается в том, что пользователь может отметить своё месторасположение (напр., город, страну, конкретный объект – в которых он находится в настоящий момент), что составляет предмет его гордости, гео-социальные сети выполняют также латентную функцию. Она состоит в самоактуализации пользователей как укоренении себя в реальности с помощью соответствующих гео-социальных маркеров, позволяющих утвердить свою аутентичность через соотнесение с реальными географическими координатами как объектами реального материального мира в противовес миру виртуальному. Подобные практики, как и в «Twitter» и «Instagram», также характеризуются перманентным производством и регенерацией актуальности здесь-присутствия, т.е. отражают реальность текущего статуса субъекта.

Отметим также приобретающие всё большую популярность социальные сети для мёртвых – как некий артефакт радикального постмодерна. Одним из таких проектов является русскоязычная социальная сеть «ПомниПро» [4], позиционирующая себя как электронный мемориал (количество зарегистрированных аккаунтов на 1 февраля 2014г. составляет около 40 тыс.) Несмотря на необычный характер сайта и своеобразный статус «пользователей», данный веб-ресурс вполне может считаться социальной сетью. Личные мемориальные страницы умерших создаются и модерируются их родственниками, близкими и друзьями, между которыми на сайте возможна электронная коммуникация. Основной целью «ПомниПро» является виртуальное увековечение памяти, т.е. утверждение в виртуальном пространстве непрерывности аутентичного бытия того или иного человека, но, в отличие от ранее рассмотренных социальных сетей, уже бытия *post factum*. Однако, на наш взгляд, в данном случае можно говорить о профанизации, десакрализации памяти посредством перевода её в виртуальный код. Таким образом, стремление к утверждению реальности в социальных сетях для мёртвых обобщается утверждением реальности мортального, но так или иначе «схватываемого» и аутентифицируемого.

В целом, рассмотренные примеры отражают одну из основных характеристик общества постмодерна: хаотичные попытки онтологически неустойчивого субъекта утвердить реальность и актуальность своего ускользающего бытия.

## Литература

1. [www.twitter.com](http://www.twitter.com)
2. [www.instagram.com](http://www.instagram.com)
3. [www.ru.foursquare.com](http://www.ru.foursquare.com)
4. [www.pomnipro.ru](http://www.pomnipro.ru)