

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ПРОСТРАНСТВО САМОПРЕЗЕНТАЦИИ ИНДИВИДА

Ключевые слова: виртуализация, идентичность, интернет, социальные сети.

В статье рассматриваются трансформации Интернета как пространства коммуникации и самопрезентации. В результате произошедших изменений, ранее анонимное сетевое пространство, вследствие развития «социальных сетей» стало площадкой для выстраивания стабильной идентичности. По мнению автора, главным следствием этих трансформаций является сближение реальной и виртуальной идентичностей.

Key words: virtualization, identity, Internet, social networks.

In article Internet transformations as communication and self-presentation spaces are considered. As a result of the occurred changes, earlier anonymous network space, owing to development of «social networks» became a platform for forming of stable identity. According to the author, the main consequence of these transformations is convergence of real and virtual identities.

Переход общества от индустриальной стадии к информационной обуславливает те трансформации, которые происходят с человеком и его миром в условиях современности. Возникновение новых информационных и коммуникационных технологий, проникающих во все сферы жизнедеятельности человека, является одной из причин этого перехода. Возникает новая форма социальной реальности, требующая от индивида новых качеств и ценностей. В современных научных дискуссиях этот процесс называют «виртуализацией социальной реальности», понимая под виртуализацией перевод основных форм социального взаимодействия в виртуальное пространство сети Интернет, иными словами, происходит замещение «реальных» институциональных практик симуляциями. Современный человек – это индивид, погруженный в виртуальную реальность симуляций и воспринимающий свой жизненный мир как условную игровую среду. По мнению Д.В. Иванова, «термин "виртуализация" не только оказывается адекватным феноменам, описываемым как постмодернизм и развеществление, но даже предстает как более эвристичное, чем два последних концепта, поскольку открывает перспективу концептуализации не "конца" или "исчезновения" прежнего общества, а процесса формирования нового» [1, С. 41].

По мере развития технологий виртуальной реальности и внедрения их в повседневную жизнь, у человека возникает необходимость быть представленным в этом новом пространстве (на сегодняшний день факт нахождения человека в Сети является одним из условий социализации). Для многих людей Интернет уже стал основным пространством для различного рода социальных взаимодействий (для подавляющего большинства молодежи Интернет сегодня – это место встречи, развлечения и отдыха). Перед современным человеком, присутствующим в двух противоположных друг другу пространствах, социальном и виртуальном, задача социокультурного самоопределения встает в

совершенно новом ракурсе. Мир социального как совокупность различных социальных институтов четко структурирует жизнь человека и ограничивает его поведение. Мир виртуального безграничен и накладывает на человека меньше ограничений в процессе его самоидентификации (открытость и незавершенность личности являются особенностями современной культуры).

Вследствие этого меняется представление о свойствах традиционных идентичностей (пола, классовой и этнической принадлежности, национальности, религии и т.д.). Происходит девальвация социальных институтов, формировавших процессы идентификации, что ведет к выработке новых форм самоидентификации. Питер Келли, например, считает, что конструирование виртуальной идентичности в сети Интернет – это отражение трансформаций реальной идентичности человека, которые являются следствием изменений в структуре общества [2]. Иными словами, идентичность современного человека, лишенная центра, текучая и размытая, находит свой «Дом» в пространстве виртуального. «Мы живем в эпоху становления виртуальной идентичности. По сути дела, речь идет о параллельных процессах – переводение в цифровой код внешнего мира и переводение в цифровой код человеческой индивидуальности, создание ее информационного отпечатка в пространстве всемирной сети» [3].

Выделение такой специфической формы идентичности как «виртуальная идентичность» есть результат вышеуказанного процесса расщепленности индивида между социальным и виртуальным пространством. В каждом из этих пространств человек проявляет себя согласно действующим там законам. Интернет, позволяя человеку экспериментирование с различными аспектами своей реальной идентичности, формирует особый тип идентичности, определяемый сетевыми взаимодействиями. Например, исследователи Жичкина и Белинская считают: «Единственная реальность личности в виртуальности есть реальность самопрезентации – сегодня, как

отмечается многими исследователями, *Я* как регулирующая и смыслообразующая структура становится избыточной. Нередко социально необходимой остается лишь инсценировка своей индивидуальности, в результате личность проявляет себя лишь через «фасад» *Я*. В силу актуальной потери социальных ориентиров возрастает необходимость конструирования социальных отношений и собственной идентичности» [4]. Но надо отметить, что сетевая (виртуальная) идентичность не требует от человека отказа от своей реальной социальной идентичности, для входа в сеть нужно лишь следовать общепринятым правилам самопрезентации (в этом заключается главная особенность идентичности нового типа).

На заре Интернета особой популярностью пользовались чат-программы (IRC – Internet Relay Chat), большинство участников виртуального общения не использовали тогда своих настоящих имен. В этой ситуации характеристики «Я» конструируются ежеминутно во взаимодействии с другими пользователями, а не получены заранее в виде готовых ролей. Это происходит, потому что в чат-программах можно выбрать для себя любую идентичность (пол, возраст, род занятий и т.д.), введя ее параметры в компьютерную сеть. Степень доверия к идентичности, представляемой пользователем того или иного коммуникационного ресурса, была невысокой. Иная система отношений проявляется в виртуальном пространстве с проступанием черт новой системы иерархий. Нетократия – такое имя дали этой реальности (или скорее идее о ней) А. Бард и Я. Зодерквист в своей одноименной книге. Развивая популярную идею информационной революции, авторы описали реальность, в котором капитал – это информация, а ее обладатели, те, кто заняли перекрестки информационных потоков, становятся «информационными олигархами» – нетократами. Главной особенностью общества с подобной структурой является отсутствие нестабильной идентичности, представляемой пользователем Сети. Иными словами, информация является ценностью до тех пор, пока она является уникальной и достоверной, поэтому и «виртуальные Я», являющиеся агентами (узлами) информационного обмена, должны быть стабильными и заслуживающими доверия. Авторы вводят такое понятие как «сетикет» (netiquette) – по аналогии с этикетом, соблюдение которого является необходимым условием для взаимодействия пользователя с Сетью. Например, *eBay*, ведущий интернет-аукцион, использует систему репутаций для содействия заключению миллиардных сделок между теми, кто не знает друг друга и живет в разных частях света.

Технически данная трансформация стала возможной благодаря увеличению скорости доступа пользователей к сети Интернет. «Старая» версия Интернета (Web 1.0) представляла собой «хранилище» информации, пополняемое профессионалами. Интернет современный нам (Web 2.0), «безлимитный» и высокоскоростной,

отличается тем, «что контент в самом широком смысле (тексты, фотографии, видео ролики, мелодии и т.п.) стали производить непрофессиональные пользователи, которые сами же его и потребляют» [5]. Пользователи Интернета становятся как авторами, так и редакторами информации, попадающей в сеть, а главным критерием ценности того или иного ресурса становится как количество людей, участвующих в его «жизни», так и достоверность информации, которая там находится. В результате пользователи стали воспринимать Интернет не как бездонное и хаотичное хранилище информации, а как пространство самопрезентации и коммуникации.

В качестве примера можно привести популярные сейчас социальные сети, такие как, «Facebook», «SecondLife», «LinkedIn», «ВКонтакте», и т.д. В отличие от чатов, где пользователь скрывается под «ником» (т.е. остается анонимным), главной особенностью социальных сетей является представление человеком там реальной идентичности. Причина такой метаморфозы заключается в следующем: анонимность чатов выполняла исключительно компенсаторную функцию (я могу попробовать быть тем, кем захочу, и это не приведет ни к каким последствиям в реальной жизни), для пользователя, скрывающегося под «ником», наличие этой возможности очень важно. Социальные сети построены по другому принципу. Здесь главным является построение своей собственной социальной сети, куда будут включены другие пользователи. Именно поэтому представление себя вымышленным именем снижает шансы на выполнение этой цели (стоит отметить, что для того, чтобы быть полноправным пользователем социальной сети, нужно ввести определенное количество личной информации, по которой впоследствии другие пользователи смогут осуществить поиск). Согласно исследованию, проведенному в 2010 году среди американских и немецких студентов, пользователи социальных сетей в подавляющем большинстве случаев указывают о себе достоверную информацию. «Вопреки общепринятым представлениям, а также академическим теориям о том, что интернет поощряет людей к конструированию идеального “Я”, исследование показывает, что люди удивительно честны в отображении их истинной личности в Интернете» [6].

В результате общение в пространстве социальных сетей воспринимается людьми как более реальное и персонифицированное. Каждое сообщение, полученное в социальной сети, сопровождается набором информации о авторе (имя и фотография-«аватарка»). Любая «страничка» социальной сети содержит информацию, которая дает представление о связях человека с другими пользователями и о его интересах (например, в социальной сети «ВКонтакте» существуют такие графы для заполнения как: «Любимые фильмы», «Любимые книги», «Любимая музыка» и «Любимые цитаты»). Аккаунт в социальной сети сегодня можно сравнить с «виртуальным паспортом»,

который фиксирует все социально значимые характеристики человека.

Так как возможность анонимного пребывания в социальной сети невелика пользователи чувствуют ответственность за свои действия. «Игровая идентичность» еще до недавнего времени возможная в пространстве такой социальной сети как «ВКонтакте», на данный момент уже пресечена (чтобы завести «страничку» человеку нужно получить приглашение от уже существующего пользователя; настройки приватности аккаунта изменены в сторону увеличения публичности; пользователи сами помогают отслеживать аккаунты «неблагонадежных виртуалов», для этого предусмотрен специальный алгоритм действий). Не последнюю роль в этом процессе играет увеличивающийся интерес бизнес-структур к тому потенциалу, который содержат в себе феномен социальных сетей. Изначально, социальные сети были направлены на молодежь в возрасте от 18 до 25 лет, которая проводила в них свой досуг. Статистика последних лет показывает, что среди новых пользователей резко увеличилось количество людей в возрасте от 35 до 49 лет. Интерес к социальным сетям у подобных пользователей обусловлен новыми возможностями ведения дел. Так, например департамент полиции Ванкувера, проводит набор будущих полицейских в среде SecondLife (многопользовательская ролевая игра). Использование социальных сетей, помимо широкого охвата аудитории потенциальных полицейских, позволяет привлечь тех кандидатов, которые разбигаются в современном Интернете [7].

Однако стоит отметить, что причины этих метаморфоз имеют не только внешний характер. Появление самого феномена социальных сетей опосредовано желанием человека, с одной стороны, получать информацию о личной жизни других людей, а с другой, делиться личной информацией с другими людьми. В результате социальные сети сегодня становятся пространством пересмотра отношения между публичной и частной сферой жизни.

Стоит отметить, что у самопрезентации в пространстве социальных сетей через раскрытие личной и правдивой информации есть оборотная сторона. Если ранее использование какого-либо коммуникационного ресурса, например, чата, было анонимным (под ником, не обязательно постоянным) и, как следствие, безопасным, то сегодня, используя социальную сеть, человек сталкивается с возможностью такой проблемы как «кража идентичности». Под «кражей идентичности» понимается так называемый «взлом страницы», осуществляемый злоумышленником посредством специальных технологий или при посредничестве третьих лиц, если уровень владения компьютером у

человека не настолько высокий, чтобы осуществить эту операцию (благо Интернет пестрит объявлениями, в которых обещается «взлом» любой странички за не очень большие деньги). На сегодняшний день эта проблема стоит так остро, что создатель антивирусной программы «Касперский» Евгений Касперский написал письмо основателю социальной сети «ВКонтакте» Павлу Дурову. В этом письме дается ряд рекомендаций по увеличению степени надежности персональных страничек пользователей социальной сети «ВКонтакте» [8].

Еще недавно общим местом подавляющего большинства исследований Интернета был тот факт, что человек, попадая в пространство «всемирной паутины» сохраняет свою анонимность и как следствие использует эту возможность в своих целях. Однако анализ современных трансформаций Интернета, выражающийся в развитии «социальных сетей», свидетельствует об обратных тенденциях. Интернет сегодня – это пространство самопрезентации индивида, в котором размывается грань между реальным и виртуальным, частным и публичным.

Литература

1. Иванов Д.В. Виртуализация общества. СПб.: "Петербургское Востоковедение", 2000. - 96 с.
2. Kelly P. Human Identity Part 1: Who are you? 1997. URL: <http://www-home.calumet.yorku.ca/pkelly/www/id1.htm> (дата обращения: 4.04.2012).
3. Асмолов А.Г., Асмолов Г.А. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире. URL: zhurnal.lib.ru/a/asmolow_g/psych.shtml (дата обращения: 4.04.2012).
4. Белинская Е.П., Жичкина А.Е. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью. URL: <http://flogiston.ru/projects/articles/strategy.shtml> (дата обращения: 4.04.2012).
5. Долгин А.Б. Рунет: игра на опережение. Что такое web 3.0? URL: <http://www.polit.ru/article/2008/04/02/web3/> (дата обращения: 4.04.2012).
6. CanYouTrust a FacebookProfile? URL: <http://www.spring.org.uk/2010/02/can-you-trust-a-facebook-profile.php> (дата обращения: 4.04.2012).
7. Клара Ших. Эра Facebook. Как использовать возможности социальных сетей для развития вашего бизнеса. URL: http://nnm.ru/blogs/iwen/klara_shih_era_facebook_rtf/ (дата обращения: 4.04.2012).
8. Покатаева Е.С. Реальная виртуальность. URL: <http://www.itogi.ru/hitech-business/2010/1/147820.html> (дата обращения: 4.04.2012).
9. Нурутдинов И.И. (Де) конструирование делинквентного поведения через призму социологических теорий //Вестник Казанского технологического университета, 2011. №13. – С.241-247.