

ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра философии и социологии

На правах рукописи



ГРИМОВ Олег Александрович

**СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ ЛИЧНОСТИ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

Специальность 22.00.06 – Социология культуры

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание учёной степени кандидата социологических наук

Научный руководитель:

Кравчук П.Ф.

доктор философских наук, профессор;

Асеева И.А.

доктор философских наук, доцент

Курск - 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. Социально-сетевая коммуникация: структура и социокультурное содержание.....	17
§1.1. Личность в пространстве информационно-коммуникативной культуры.....	17
§1.2. Особенности самопрезентации и самоидентификации личности в социокультурной среде социальных сетей.....	42
§1.3. Социокультурные практики в социальных сетях как средство творческого самовыражения личности.....	62
Глава 2. Практики социокультурного самоконструирования личности в социальных сетях.....	82
§2.1. Личностно-деятельностные практики пользователей социальных сетей.....	82
§2.2. Специфика взаимодействия в сетевых сообществах как особой формы самоконструирования личности.....	107
§2.3. Комплексная социокультурная оценка практик самоконструирования личности в социальных сетях.....	135
Заключение.....	160
Список используемых источников.....	167
Приложения	

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования.

На современном этапе развития общества в результате широкого распространения информационно-коммуникативных технологий значительной трансформации подвергаются социальные институты, процессы и практики. В современных средствах коммуникации, в первую очередь, в сети Интернет, существенно расширяется спектр возможностей личности для осуществления разнообразных видов деятельности. Виртуальное пространство электронной коммуникации становится особой средой бытия современной личности, определяющей характер её самоидентификации и самореализации. Вместе с тем исследователями отмечается тенденция к росту коммуникативных и социокультурных рисков Интернет-коммуникации, что говорит о сложности и противоречивости объективируемых информационно-коммуникативными технологиями социальных реалий.

Самым распространённым средством Интернет-коммуникации в современных условиях являются социальные сети, которые предназначены для поиска, поддержания и развития социальных контактов, самопрезентации и творческого самовыражения пользователей, координации групповых взаимодействий и предполагают свободный характер коммуникации.

Будучи мультифункциональной социокультурной средой, социальные сети прочно вошли в повседневную жизнь миллионов людей, расширяя возможности и формируя новые способы реализации социокультурных практик. Данный факт позволяет рассматривать социальные сети как один из важнейших элементов современной социокультурной и информационно-коммуникативной реальности. Технологическая природа социальных сетей, а также их богатое социокультурное наполнение под особым углом ставят вопрос изучения опосредованных применением социальных сетей процессов

трансформации социокультурной реальности, отношений и практик, субъектом которых выступает личность. Именно личность является субъектом социально-коммуникативных взаимодействий, которые, в совокупности являясь социокультурными практиками, детерминируют появление и развитие новых социокультурных феноменов и артефактов.

Однако при изучении социальных сетей большинством исследователей основное внимание уделяется их технологическим и информационным компонентам; при этом часто вне фокуса внимания остаётся личность как главный субъект всех форм деятельности в социальных сетях и творец новой социокультурной реальности в ходе осуществления социокультурных практик.

Актуальность диссертационного исследования определяется противоречием между экспоненциальным ростом популярности и влияния социально-сетевых ресурсов и несформированностью качественной оценки вызванных ими механизмов реализации социокультурных практик, слабой изученностью природы, структуры, особенностей и следствий социально-конструктивной деятельности личности в социальных сетях.

Для решения данной проблемы необходим комплексный анализ реализуемых в социальных сетях социокультурных практик личности как актуального феномена современности. Сложный характер социальных и личностных изменений, происходящих под воздействием компьютерных социальных сетей, стремительные темпы порождённых ими трансформаций, обосновывают значимость социологической рефлексии и качественной оценки социокультурных практик личности в условиях социально-сетевой коммуникации.

Степень научной разработанности проблемы.

Теоретико-методологические основы изучения современного этапа развития общества, характеризуемого растущей значимостью в социальной жизни информационно-коммуникативных технологий и, в частности, социальных сетей заложены в теориях информационного и

постиндустриального общества Д. Белла, Дж. Гэлбрейта, М. Кастельса, М. Маклюэна, Е. Масуды, Дж. Нейсбитта, Т. Стоуньера, Э. Тоффлера, Ф.Уэбстера¹.

Изучение социокультурных практик личности в социальных сетях актуализирует обращение к работам по социологии повседневности, социологии социального пространства, рассмотренных через призму социальной деятельности личности. Значительный вклад в концептуализацию теории социальных и социокультурных практик внесли Н.Л. Антонова, П. Бурдые, Л. Витгенштейн, А.Л. Радкевич, М. Фуко²; концепциям «жизненного мира» и анализу повседневных взаимодействий личности, составляющих ткань её бытия, посвящены работы П. Бергера, В.С. Вахштайна, Г. Гарфинкеля, И. Гоффмана, К. Кнорр-Цетина, Б. Латюра, Т. Лукмана, А. Шюца³.

Изучение социокультурной реальности социально-сетевой коммуникации, определяемой гибкостью и размытостью социальных структур и систем, перманентно воспроизводимых в пространстве наличной культуры, актуализирует обращение к работам представителей постструктурализма и постмодернизма – Р. Барта, Ж. Бодрийера,

¹ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. — М.: Академия, 1999. — 578с.; Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. - М.: АСТ, 2004 — 602с.; Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. - М., 2000. — 608с.; Маклюэн М. Понимание Медиа. Внешние расширения человека. - М.: Канон-Пресс-Ц, — 2003.; Масуда Е. Информационное общество как постиндустриальное общество. - М.: Наука. - 1991.; Нейсбитт Дж., Эбурдин П. Что нас ждет в 90-е годы. Мегатенденции. Год 2000. - М.: Республика, 1992. — 416с.; Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // Новая технократическая волна на Западе. М., 1986.; Тоффлер Э. Третья волна. — М.: АСТ, 2004. — 781с.; Уэбстер Ф. Теории информационного общества. - М.: Аспект Пресс, 2004. - 400с.

² Антонова Н.Л. Социальная практика: теоретико-методологические основания исследовательского анализа // Известия Уральского государственного университета. Серия 3. Общественные науки. - №4(70). - 2009. - С. 92-98.; Бурдые П. Практический смысл. - СПб.: Алетейя, 2001. — 562с.; Витгенштейн Л. Философские исследования. - М.: Астрель, 2011. — 347с.; Радкевич А.Л. Социальные Интернет-практики россиян в условиях формирования информационного общества: дис. ... канд. соц. наук.. — М. — 2009. — 202с.; Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. СПб.: А-сэд, 1994. - 408с.

³ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. - М.: Медиум, 1995. - 323с.; Вахштайн В.С. К аналитике повседневного события // Материалы международного симпозиума «Пути России». М.: МВШСЭН, 2006.; Вахштайн В.С. Событийное строение повседневного мира // Социологический журнал. 2007. №3.; Гарфинкель Г. Исследования по этнометодологии. — СПб.: Питер, 2007. — 335с.; Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. - М.: Канон-Пресс-Ц; Кучково поле, 2000. - 302с.; Knorr Cetina, K., Schatzki, T., Savigny Eike v. (eds) 2001. The Practice Turn, London, Routledge.; Латюр, Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию / пер. с англ. И. Полонской; под ред. С. Гавриленко; Нац. исслед. ун-т "Высшая школа экономики". - М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. - 384с.; Шюц А. Избранное: мир, светящийся смыслом. — М.: РОССПЭН, 2004. — 1056с.

Ф. Гваттари, Г. Дебора, Ж. Делеза, Ж. Деррида, В.А. Емелина, С. Жижека, Ж.-Ф. Лиотара и т.д.⁴

Вместе с тем, социологическое изучение социальных сетей как интерактивных веб-сервисов началось сравнительно недавно. В основном, это связано с относительной новизной социальных сетей как средства Интернет-коммуникации. С начала 2000-х гг. по мере своего развития и распространения социальные сети стремительно стали объектом социологической рефлексии.

Различные аспекты проблемы социально-сетевой коммуникации начали изучаться с развитием компьютерной сети Интернет. Проблеме самопрезентации личности в Интернет-пространстве посвящены работы О.Н. Арестовой, Л.Н. Бабанина, Е.П. Белинской, А.Е. Войскунского, В.Л. Волохонского, Е.Н. Горного, А.Е. Жичкиной, Ю.Е. Зайцевой, Т. Келера, Х. Коскела, Э. Рейд, М.М. Соколова, В. Фриндте и других⁵.

Функциональные, технологические и социокультурные аспекты формируемого в современном обществе информационно-коммуникативного пространства, а также вопросы влияния средств Интернет-коммуникации на

⁴ Барт Р. Мифологии / пер., вступ. ст. и коммент. С. Н. Зенкина. — М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. — 312с.; Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. — М.: Добросвет., 2000. — 387с.; Делёз Ж., Гваттари Ф. Ризома // Онлайн-альманах «Восток». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.situation.ru/app/j_art_1023.htm (дата обращения 24.05.2014); Дебор Г. Общество спектакля. Пер. с фр. / Перевод С. Офертаса и М. Якубович. М.: Логос, 1999. — 224с.; Деррида Ж. Диссеминация. — Екатеринбург: У-Фактория, 2007. — 608с.; Емелин В.А. Ризома и Интернет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://emeline.narod.ru/rhizome.htm> (дата обращения 24.05.2014); Жижек С. Добро пожаловать в пустыню Реального. — М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002. — 160 с.; Лиотар Ж.-Ф. Состояние Постмодерна. - СПб.: Алетейя, 1998.

⁵ Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Коммуникация в компьютерных сетях: психологические детерминанты и последствия // Вестник МГУ. Серия 14. Психология. - №4. - С. 14-20.; Белинская Е.П. К проблеме групповой динамики сетевого общества // 2-ая Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. М.: Экопсицентр РОСС. — 2000. - С. 249-251.; Волохонский В.Л. Психологические механизмы и основания классификации блогов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. СПб.: Издательство СПбГУ, 2006. — С. 117-131.; Горный Е.Н. Онтология виртуальной личности. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.netslova.ru/gorny/selected/ovl.html> (дата обращения 24.05.2014); Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy> (дата обращения 24.05.2014); Зайцева Ю.Е. Роль ведения интернет-дневника в становлении индивидуальности / Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. СПб.: Изд-во С-Петербургского университета, 2006. — С. 103-116; Фриндте В., Келер Т. Публичное конструирование Я в опосредованном компьютером общении // Гуманитарные исследования Интернета/ под ред. А.Е. Войскунского. М., 2000. С. 40-54.; Koskela H. Webcams, TV shows and mobile phones: Empowering exhibitionism. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.surveillance-and-society.org/articles2\(2\)/webcams.pdf](http://www.surveillance-and-society.org/articles2(2)/webcams.pdf) (дата обращения 24.05.2014); Reid E., Deaux K. Relationship between social and personal identities: segregation or integration // J. Of Personality and Social Psychology. - 1996. - V. 71. - P. 1084-1091.; Соколов М. Онлайн-дневник, теории виртуальной идентичности и режимы раскрытия персональной информации / Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. - СПб.: Издательство СПбГУ. - 2006. — С. 9-39.

возможности самовыражения личности и осуществления разнообразных форм деятельности раскрыты в исследованиях С.А. Бочан, Е.И. Горошко, М.Д. Дёминой, А.Д. Елякова, З.С. Завьяловой, М.Н. Извековой, Н.Н. Казновой, А.В. Костиной, В.А. и С.В. Михайловых, А.В. Назарчука, М.В. Пономарёва, А.А. Пудиковой, А.Л. Радкевича, Н.А. Рахваловой, А.В. Родина, Г.В. Скорик, Н.А. Слядневой, А.В. Хитрова, Ф.И. Шаркова и других⁶.

Различные аспекты социальной организации, структуры и динамики сетевых сообществ в Интернет-пространстве изучались, в частности, С.В. Бондаренко, И.А. Вершинской, Р.В. Кончаковским, С.О. Кремлевой, Г.И. Лыскиным, В.Н. Поправко, Г. Рейнгольдом, А.Б. Скуратовым, А.А. Стриженко⁷.

Особенности коммуникации и богатый ресурсный потенциал социальных сетей рассматриваются В.В. Алмаевой, Е.В. Желниной, А.М. Лещенко, В.А. Плешаковым, М.В. Реуцким, В.М. Сазановым, К.О. Черняевой, А.И. Шипициным, А.Л. Яценко⁸.

⁶ Бочан С.А. Проблема целостности личности в информационном обществе: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – Новочеркасск. – 2007. – 23с.; Горошко Е.И. Информационно-коммуникативное общество: становление и перспектива развития // Учёные записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. - Серия «Философия. Культурология. Политология. Социология». - Том 22 (61). - 2009. - №1. – С. 91-97.; Дёмина М.Д. Изменения в когнитивных практиках индивидов под влиянием новых информационных технологий // Социологические исследования. – 2010. - №6. – С. 87-92.; Еляков А.Д. Российское общество в информационном измерении // Социологические исследования. 2009. - №7. - С. 85-94.; Извекова М.Н. Влияние информационно-коммуникативной среды на становление молодежи как социальной группы в структуре общества // Теория и практика общественного развития. - 2010. - №1.; Михайлов В.А., Михайлов С.В. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества // Сборник научных трудов "Актуальные проблемы теории коммуникации", СПб.: - Изд-во СПбГПУ, 2004. - С. 34-52.; Назарчук А. В. Сетевое общество и его философское осмысление // Вопросы философии. – 2008. – №7. – С. 61–75.; Пудикова А.А. Проблема трансформации индивидуальности в коммуникативном пространстве сетевого общества: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Томск – 2009. – 24с.; Сляднева Н.А. Информационные ресурсы в информационном обществе: онтологический статус и методология // Информационные ресурсы России. - М.: Российское энергетическое агентство Минэнерго РФ- 2009. - Вып. 1. - С. 8-13.; Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учебник. – М.: Издательский Дом «Социальные отношения», изд-во «Перспектива», 2002. – 246с.

⁷ Бондаренко С.В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ: дис... докт. соц. наук. Ростов-на-Дону – 2004. – 396с.; Кончаковский Р.В. Сетевое интернет-сообщество как социокультурный феномен: дис. ... канд. соц. наук. Екатеринбург, 2010. – 176с.; Поправко В.Н. Интернет-сообщества: специфика и роль в формировании социального пространства: дис. ... канд. филос. наук. Томск, 2011. - 136с.; Rheingold Н. The Virtual Community. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rheingold.com/vc/book> (дата обращения 24.05.2014); Скуратов А.Б. Локальные интернет-сообщества крупного российского города: социально-стратификационный анализ: автореф. дис. ... канд. соц. наук. Екатеринбург, 2009. - 18с.; Стриженко А.А. Виртуальные сообщества как участники компьютерно-опосредованной коммуникации // Мир науки, культуры, образования. – 2010. - №3 (22). - С. 67-69.

⁸ Алмаева В.В. Виртуальные социальные сети как составляющая современного образовательного пространства. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ito.edu.ru/2010/Tomsk/III/III-0-1.html> (дата обращения 24.05.2014); Лещенко А.М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе: дис... канд. филос. наук. Пенза, 2011 – 158с.; Плешаков В.А. Социальные сети Интернет-среды как фактор киберсоциализации студентов. // Научный вестник Норильского индустриального института. - 2010. - №7. – С. 17-23.; Сазанов В.М. Социальные сети в науке - игрушка или будущие метафоры научной информации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://misit.ucoz.ru/load/5-1-0-13> (дата обращения: 25.10.2013); Черняева К.О. Культурная идентификация в условиях глобализации: случай социальных сетей: автореф. дис...канд. соц. наук. Саратов, 2010. - 22с.; Шипицин А.И. Феномен социальных сетей в современной культуре // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2011. - №3 (57) – С. 36-40.; Яценко А.Л. Функциональные особенности социальных сетей в коммуникационном пространстве глобализирующегося общества: дис. канд. филос. наук. Ставрополь, 2012.

Несмотря на то, что указанными выше авторами изучались различные аспекты социальных сетей, в их исследованиях отражены, в основном, частные характеристики Интернет-коммуникации в социальных сетях; крайне мало комплексных исследований, посвящённых анализу природы, сущностных характеристик и механизмов осуществления в социальных сетях социокультурных практик личности в разрезе её развития и самовыражения. Недостаточное внимание исследователей к социально-деятельностным характеристикам социокультурного бытия личности в социальных сетях определяет новизну нашего исследования.

Объект исследования: информационно-коммуникативная культура.

Предмет исследования: специфика социокультурных практик личности в социальных сетях.

Целью диссертационного исследования раскрытие сущности и характера реализации социокультурных практик личности в современных социальных сетях.

Цель исследования конкретизируется в следующих задачах:

- 1) раскрыть методологический подход к изучению реализации социально-коммуникативной деятельности личности в информационно-коммуникативном пространстве сети Интернет и социальных сетей;
- 2) выявить особенности самопрезентации и самоидентификации личности в социокультурной среде социальных сетей;
- 3) раскрыть сущность и содержание социокультурных практик в социальных сетях как средства творческого самовыражения личности;
- 4) определить характер и формы реализации личностно-деятельностных практик пользователей социальных сетей;
- 5) специфицировать взаимодействия в сетевых сообществах социальных сетей как форму самоконструирования личности;
- 6) проанализировать социокультурные характеристики практик самоконструирования личности в социальных сетях и дать их социокультурную оценку.

Гипотеза исследования: социальные сети, как сложный многоуровневый полифункциональный конструкт, обеспечивают широкие возможности реализации социокультурных практик самоконструирования личности, конкретный характер проявления которых полностью зависит от самой личности как от активного субъекта.

Теоретические и методологические основания исследования. Теоретической основой работы послужили концепция «сетевого общества» М. Кастельса, феноменологические теории социального конструкционизма (П. Бергер, Т. Лукман, А. Шюц), социально-теоретические построения Э. Гидденса, Н. Лумана, а также основные положения философии и социологии постмодернизма, посвященные вопросам коммуникации и бытия личности в культурном пространстве (Ж. Бодрийяр, Ф. Гваттари, З. Бауман, Ж. Делёз). Методологическую базу диссертационного исследования, определяющую подход к изучению социально-конструктивной деятельности личности в социальных сетях, составляют:

- социологическая концепция личности В.А. Ядова, акцентирующая внимание на дуалистическом характере личности как теоретического конструкта, описываемом её одновременно субъектным и объектным статусом;

- концепция творческого потенциала П.Ф. Кравчук, которая определяет творчество как системное свойство личности, актуализирующееся в её практической деятельности, в то время как творческий потенциал служит интегративным образованием, стержнем сущностных свойств личности.

Диссертация опирается на общенаучные методы синтеза, анализа, сравнения и обобщения. В работе нашли широкое применение междисциплинарный, структурно-функциональный, системный и диатропический подходы. Для обработки и анализа эмпирических данных широко применялись методы математической статистики (анализ частотных распределений, факторный, кластерный и корреляционный анализ) на основе стандартных программных продуктов MS EXCEL, SPSS 17.0.

Эмпирическая база диссертационного исследования.

1) Результаты социологического исследования «Социальные сети как средство и условие самовыражения личности», проведенного автором методом онлайн-опроса в мае-июне 2013г. Выборка составила 1000 человек. В ходе исследования были опрошены пользователи крупнейшей русскоязычной социальной сети «ВКонтакте»;

2) результаты авторского социологического исследования «Сущность и содержание социокультурных практик личности в социальных сетях» (метод: анкетирование, N = 600), проведенного по квотной выборке в сентябре-октябре 2013г. среди студенческой молодежи ЦФО;

3) результаты авторского исследования, проведенного методом контент-анализа. Объектом изучения стали 30 последних сообщений (постов) в сетевых сообществах социальной сети «ВКонтакте» (200 сообществ, 6000 сообщений);

4) вторичный анализ результатов эмпирических исследований социальных сетей, проведенных отечественными социологическими центрами (ВЦИОМ, ФОМ) в период с 2006 по 2012г.

Достоверность результатов диссертационного исследования обеспечивается непротиворечивостью сформулированных теоретико-методологических положений, адекватным применением комплекса методов сбора, обработки и анализа эмпирических данных, научно обоснованной интерпретацией результатов исследования.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в комплексном анализе природы, специфики проявлений социокультурных практик личности в социальных сетях, а также их оценке. Положения диссертации, полученные автором в результате исследования и содержащие новизну, заключаются в следующем:

1) предложена авторская трактовка понятия «информационно-коммуникативная культура», что позволяет специфицировать те конкретно-

исторические и социально-средовые условия, которые детерминируют социокультурные практики личности в поле наличной культуры;

2) выявлены характерные особенности самопрезентации и самоидентификации личности в социокультурной среде социальных сетей;

3) обоснован социально-конструктивный характер творческого самовыражения личности в социальных сетях, проявляющегося в реализации социокультурных практик, составляющих в совокупности самоконструирование личности в социальных сетях; предложена общая модель самоконструирования личности в социальных сетях;

4) раскрыта сущность и содержание личностно-деятельностных практик в социальных сетях, которые отражают реализуемые в информационно-коммуникативном пространстве социальных сетей социокультурные практики личности, характеризующие содержательно-деятельностную сущность пребывания её в социальных сетях, при котором социальные сети выступают как средство такой деятельности;

5) предложена авторская трактовка сетевых сообществ в социальных сетях, которая адекватно репрезентирует основные особенности сетевых взаимодействий в социокультурной среде социальных сетей;

6) дана общая социокультурная оценка практик самоконструирования личности в социальных сетях; рассмотрены возможные риски и перспективы развития личности в результате информационно-коммуникативной деятельности в социальных сетях.

Положения и выводы, выносимые автором на защиту:

1) информационно-коммуникативная культура в контексте изучения социокультурных практик в социальных сетях может трактоваться как совокупность актуальных информационно-коммуникативных технологий, средств связи и коммуникации, а также обусловленных ими устойчивых форм социальных отношений, социальных практик и артефактов, являющихся неотъемлемой частью социокультурной реальности;

2) репрезентированный образ личности в социальных сетях можно рассматривать через призму степени выраженности определённых переменных, называемых нами модусами репрезентации, в структуре данной репрезентации. В структуре репрезентации личности в социальных сетях выделены пять основных модусов: модус телесности, модус идентичности, модус интенциональности, модус креативности, модус объектности;

3) несмотря на широкие возможности построения альтернативной идентичности (в первую очередь, благодаря возможности анонимной коммуникации), в социальных сетях значимо преобладает тенденция к утверждению пользователями своей подлинности, что находит выражение в стремлении к адекватной репрезентации «Я-образа»;

4) самоконструирование личности в социальных сетях включает в себя три уровня:

- самопрезентацию как начальный уровень социокультурной интеграции личности в социальную сеть;

- личностно-деятельностные практики, характеризующие содержательно-деятельностную сущность пребывания личности в социальных сетях, при котором социальные сети выступают как средство такой деятельности;

- сетевые взаимодействия в сетевых сообществах, которые служат способом самоорганизации индивидов, направленной на коллективное достижение тех или иных социокультурных целей;

5) эмпирически установлено и теоретически обосновано существование равномерно представленных в социальных сетях пользовательских стратегий (ориентаций) реализации личностно-деятельностных практик:

- *ориентация на совместную деятельность*, которая отражает реализуемые совместно с другими пользователями или же посредством других пользователей личностно-деятельностные практики. При этом целевая направленность организации коллективной деятельности выражена неявно;

- *ориентация на творчество*, которая включает в себя различные практики непосредственного творческого самовыражения (создание продуктов художественного творчества);

- *ориентация на преобразование среды*, направленная на формирование или преобразование особой информационно-коммуникативной среды – как личной, так и социальной;

- *информационно-коммуникативная ориентация*, характеризующаяся акцентуацией на реализации и удовлетворении инструментальных (в большей степени технологических, чем социальных) потребностей – информационных и коммуникативных, отражающих ценность быстрой коммуникации и открытый доступ к источникам информации;

б) сетевые сообщества социальных сетей представляют собой добровольно формируемые в информационно-коммуникативном пространстве социальных сетей объединения пользователей, основанные на общности разделяемых ими интересов и/или ценностей в ходе производства и потребления социокультурных практик. Сетевые сообщества легко фиксируются эмпирически, так как обладают чёткостью границ и численного состава, что является их главной характеристикой при непосредственном изучении;

7) самоконструирование в сетевых сообществах может проявляться не только посредством организации и осуществления коллективной деятельности, характеризующей высший уровень социальности и социокультурной интеграции личности в социальную сеть, но и на уровне непосредственных личностно-ориентированных социокультурных практик. Иными словами, в сетевых сообществах наряду с групповой формируется личностная субъектность (понимаемая как форма социальности), направленная на достижение личностных целей посредством участия в по существу дезинтегрированном сообществе, что подрывает основы классического конструкта сообщества, ориентированного на формирование

групповой идентичности, тесные связи между членами и координацию их совместной деятельности;

8) социальные сети как интерактивный веб-сервис представляют собой лишь средство коммуникации, не обладая при этом какими-либо имманентными аксиологическими (положительными или отрицательными) свойствами и характеристиками. Социальная сеть имеет ряд особенностей, которые могут служить условием развития личности, но при этом влияние конкретных социокультурных практик личности детерминируется её активностью (определяемой стратегией, целями, средствами) в пространстве информационно-коммуникативной культуры.

Теоретическая и научно-практическая значимость исследования заключается в комплексном изучении социокультурных практик личности в современных условиях; раскрыта их природа, специфика проявления и социокультурные следствия. Полученные результаты исследования могут быть применены при разработке учебно-методических пособий по дисциплинам «социология личности», «социология коммуникаций», а также использованы для оценки успешности применения социальных сетей как инструмента инновационной деятельности в политической, учебной, профессиональной, экономической и иных сферах деятельности.

Апробация работы. Основные положения и выводы диссертации нашли отражение в выступлениях на международных, всероссийских и региональных научно-практических конференциях и семинарах, в частности:

Научном симпозиуме «Личность и творчество в современном мире», Курск, 2011 г.; XIX Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов-2012», Москва, 2012 г. (1-е место среди аспирантов на подсекции «Социология коммуникативных систем»); IV Международной молодёжной научной конференции «Молодёжь и XXI век», Курск, 2012 г.; Всероссийской научной конференции «Социальный капитал современного общества», Санкт-Петербург, 2012 г.; Научно-практической конференции «VII Ковалевские чтения», Санкт-Петербург,

2012 г.; III Международной социологической конференции «Продолжая Грушина», Москва, 2013 г.; XX Международной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов-2013», Москва, 2013 г. (диплом за лучший доклад на секции «Социология»); Международной научно-практической конференции «Межрегиональное и приграничное сотрудничество», Белгород, 2013 г.; III Научном симпозиуме с международным участием «Творческий потенциал человека в современном мире», Курск, 2013 г.; Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Воспроизводство интеллектуального капитала в системе высшего профессионального образования», Белгород, 2013 г.; XXI Международной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов-2014», Москва, 2014 г.

Отдельные аспекты исследуемой темы разрабатываются диссертантом в рамках НИР: Грант на поддержку научных исследований в рамках мероприятия 1.5 «Поддержка научных исследований, проводимых коллективами под руководством приглашенных исследователей в области философских наук, социологических наук и культурологии» ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009-2013 год, Соглашение №14.В37.21.1997, тема: «Проблема системности и согласованности знания в образовательном процессе в эпоху объективации транснаучной парадигмы»; Грант РГНФ №12-33-01417 «Интеллектуальная маргинализация России: причины, процесс, механизмы противодействия в контексте глобального инновационного развития».

По теме диссертационного исследования автором опубликовано 22 научных работы общим объемом 7,85 п.л., из них доля автора – 7,15 п.л., в том числе 6 публикаций (3 в соавторстве) общим объёмом 2,9 п.л. в ведущих рецензируемых научных журналах, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Министерства образования и науки Российской Федерации для публикации основных научных результатов диссертаций на

соискание ученой степени доктора и кандидата наук, из них доля автора – 2,2 п.л.

Научные статьи, опубликованные в изданиях, входящих в перечень ВАК:

1. Гримов О.А. Корявко Г.Е. Социальные сети в системе информационно-коммуникативных технологий // Учёные Записки РГСУ. 2012. - №2 (102). – С. 181-185. – 0,5 п.л.

2. Гримов О.А. Корявко Г.Е. Природа и специфика конструктивной активности субъекта в социальных сетях // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №3 (42). Часть 2. – С. 209-214. - 0,4 п.л.

3. Гримов О.А. Кравчук П.Ф. Личность в условиях информационно-коммуникативной культуры // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №6 (45). – С. 177-183. - 0,5 п.л.

4. Гримов О.А. Самопрезентация личности в социальных сетях // Социология. 2013. - №2. – С. 59-66. - 0,5 п.л.

5. Гримов О.А. Ценностно-целевые аспекты практик самоконструирования в социальных сетях // Личность. Культура. Общество. 2013. Том XV. Вып. 3-4. - № 79-80. – С. 168-174. – 0,5 п.л.

6. Гримов О.А. Особенности текстуального самовыражения личности в сетях Интернета // Социология. 2013. - №3. – С. 103-111. – 0,5 п.л.

Объем и структура работы. Диссертация объёмом 184 стр. состоит из введения, двух глав, содержащих по три параграфа каждая; заключения, списка используемых источников, содержащего 198 наименований, и приложений.

ГЛАВА 1. СОЦИАЛЬНО-СЕТЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ: СТРУКТУРА И СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

§1.1. Личность в пространстве информационно-коммуникативной культуры

В настоящее время в результате повсеместного внедрения и распространения информационных технологий и средств электронной коммуникации, в частности, всемирной компьютерной сети Интернет, изменивших структуру и сущность социальных отношений и практик, трансформируются условия развития и самоосуществления личности.

Наш исследовательский интерес обращён именно к личности в современных социокультурных условиях, определяемых развитием информационно-коммуникативных технологий и формированием нового социокультурного пространства, задающего особые требования к личности. Перед обращением к анализу влияния информационно-коммуникативных технологий на характер и специфику существования и самореализации личности в современных условиях, раскроем содержание основных теоретических подходов к определению личности.

Исследованием определённых аспектов личности занимаются разнообразные отрасли социально-гуманитарного знания: социология, психология, экономика, философия и др. Наиболее значимыми в настоящем исследовании для нас являются социологические и психологические дефиниции личности.

Социология занимается изучением личности как члена определённой общности, как элемент социальных структур, выполняющий определённые социальные функции и роли. То есть, объектом социологического анализа личности являются её социально типические свойства, устойчивые, повторяемые характеристики.

Психология изучает уникальные психические свойства и характеристики отдельного человека, то есть индивидуальные особенности конкретного субъекта.

Типичным психологическим определением личности можно назвать следующее: личность – это «целостность психических свойств, процессов, отношений, отличающих того или иного индивида или субъекта от другого»⁹.

В контексте настоящего диссертационного исследования личность рассматривается нами, в первую очередь, как носитель типичных социальных свойств и характеристик, поэтому далее рассмотрим ключевые социологические дефиниции личности, отражающие её свойство социальной типичности.

Значительная часть социологических определений личности базируется на её социальной природе, трактуя личность как целостность социальных качеств или свойств индивида, которые определяются его социальной практикой и общественной жизнью. Так, Ю.Г. Волков пишет, что личность представляет собой системное социальное качество, свойство индивида, определяемое его включённостью в общественные отношения и проявляющееся в совместной деятельности и общении¹⁰.

Понимание личности как социального явления, имеющего подлинно социальную природу, характерно для классического определения, которое даёт Карл Маркс: «...сущность особой личности составляет... её социальное качество и государственные функции и т.д. – есть не что иное, как способы существования и действия социальных качеств человека»¹¹.

Следующий подход к определению личности в социологии базируется на выяснении уровня активности личности, её онтологического статуса,

⁹ Волков Ю.Г., Мостовая И.В. / Тема 6. Социальная идентичность личности // Социология: учебник для высших учебных заведений. – М.: 1998. – с. 331.

¹⁰ Волков Ю.Г., Нечипуренко В.Н., Попов А.В., Самыгин С.И. Социология: курс лекций. - Ростов-н/Д: Феникс, 1999. – с. 193.

¹¹ Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. – т.1. – с. 242.

сводя главный вопрос к выявлению того, является ли личность субъектом деятельности или объектом воздействия, т.е. своего рода продуктом¹².

Содержание понятия «личность» как субъекта активной деятельности раскрыто в социально-философском определении А.Г. Спиркина: личность – это «сгусток ... регулятивно-духовных потенций, центр самосознания, источник воли и ядро характера, как субъект свободных действий и верховной власти во внутренней жизни человека»¹³.

Данная трактовка личности, признавая её социальный характер и статус субъекта, заостряет внимание также на духовно-метафизических чертах личности (воля, самосознание, потенция и т.д.)

А.А. Радугин трактует личность как «субъект и объект социальных отношений и сознательной деятельности»¹⁴, «совмещаая», таким образом, активность личности и её социальную обусловленность.

Мы полагаем, что вышеприведённые определения отражают социально значимые аспекты личности и дополняют друг друга.

Однако наиболее точное определение личности, по нашему мнению, принадлежит отечественному социологу В.А. Ядову: «Личность — это целостность социальных свойств человека, продукт общественного развития и включения индивида в систему социальных отношений посредством активной деятельности и общения»¹⁵.

В данном определении нашли отражение все основные социологические аспекты личности, которая в сущности своих социальных свойств выступает одновременно как продукт, то есть объект воздействия, и субъект активной (в том числе, коммуникативной) деятельности. Поэтому определение личности В.А. Ядова можно взять за методологическую основу

¹² Гримов О.А. Теоретико-методологические основы изучения развития личности в условиях информационно-коммуникативного пространства // Strategiczne pytania swiatowej nauki – 2013: materialy IX Miedzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji. Psychologia i sociologia. – Przemysl: Nauka I studia, 2013. – Vol. 22. – p. 42.

¹³ Спиркин А.Г. Философия: учебник для студентов высших учебных заведений. – М.: Гардарики, 2000. – с. 357.

¹⁴ Радугин А.А., Радугин К.А. Социология: курс лекций. – М.: Центр, 1999. – с. 70.

¹⁵ Ядов В.А. Социология: Словарь-справочник - т. 2 // Социология: Словарь-справочник. М.: 1990. - т. 1-3. – с. 71.

нашего исследования. Но при этом, по нашему мнению, его можно дополнить отдельными положениями распространённого в современной социологической науке понимания личности, характерного для постмодернистской концепции. В описании социальной реальности, в том числе, такого сложного понятия, как личность, основной акцент постмодернистами делается на её нестабильном и изменчивом характере, определяемом теми или иными дискурсивными практикам¹⁶. Иными словами, личность понимается как принципиально множественное, «гибкое» образование, сущность которого определяется рамками социального контекста её деятельности. Оставаясь сторонниками научной позиции В.А. Ядова и трактуя личность как единство субъектного и объектного статусов, мы в то же время полагаем, что отдельные методологические положения постмодернизма к определению личности могут быть нам полезны; рассмотренные подходы не противоречат, а дополняют друг друга. В итоге личность можно определить как целостность изменчивых и постоянных социальных характеристик. Данное определение характеризует личность как сложное явление во всём многообразии его социальных свойств и отношений.

Границы методологической релевантности положений постмодернизма к определению личности в рамках настоящего исследования будут нами раскрыты в §1.2. на примере самопрезентации личности.

Особую актуальность понимание личности как сложного конструкта, характеризующегося диалектическим единством субъективного целеполагания и детерминированностью внешним воздействием, приобретает в современном обществе, которое отличается значительным

¹⁶ Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. — М.: Добросвет, 2000. — 387с.; Делёз Ж., Гваттари Ф. Ризома // Онлайн-альманах «Восток». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.situation.ru/app/j_art_1023.htm (дата обращения 24.05.2014); Деррида Ж. Диссеминация. — Екатеринбург: У-Фактория, 2007. — 608с.; Лиотар Ж-Ф. Состояние Постмодерна. - СПб.: Алетейя, 1998.

возрастанием роли информации и стремительным распространением новых коммуникативных технологий, расширяющих возможности активности и деятельности личности, но в то же время служащих новым инструментом воздействия на неё. Поэтому рассмотрим далее ключевые характеристики современного этапа развития общества, определяющие амбивалентность положения личности.

С начала второй половины XXв. человечество вступило в новую цивилизационную стадию. Радикальные преобразования и трансформации произошли во всех сферах общественной жизни. К подобным преобразованиям относится повсеместное внедрение информационно-коммуникационных технологий, развитие электронной демократии, появление инновационных форм информационной экономики, которая характеризуется преобладанием сферы обслуживания в структуре занятости. Данные нововведения актуализировали решающее значение информации в современном мире. Высокие темпы и качественные особенности как социальных, так и технологических трансформаций заставили учёных говорить о принципиально новом этапе цивилизационного развития. Для его характеристики исследователями предлагались самые разнообразные метафоры, модели и определения.

Определяющим свойством нового этапа развития общества является его фундированность информационно-коммуникативными технологиями. Данная характеристика дала имя термину «информационное общество» - как одной из наиболее концептуальных моделей современного общества.

В данных концепциях в фокусе внимания оказывались различные аспекты радикальных преобразований жизни современного общества.

Рассмотрим основные из них.

Д. Белл в работе «Грядущее постиндустриальное общество» показал необходимость выделения постиндустриальной стадии развития

человечества, которая следует за доиндустриальной и индустриальной¹⁷. Теория «трёх волн» Э. Тоффлера обосновывает последовательный переход человечества к информационному обществу («третья волна») от аграрного («первая волна») и индустриального общества («вторая волна»)¹⁸. Футуролог Дж. Нейсбитт предсказал основные тренды мирового развития, в частности: внедрение новейших технологий, разрушение традиционных иерархий, поглощение множества национальных экономик одной мировой, торжество индивидуальных свобод¹⁹.

Как мы полагаем, перечисленные концепции информационного общества, несмотря на несомненную методологическую значимость, отражают в большей степени внешнюю сторону происходящих изменений – то есть, фактическую смену способов производства, хранения и передачи информации, а не имплицитные характеристики институциональных трансформаций самой структуры социальной организации²⁰. Данной цели, на наш взгляд, наиболее соответствует концепция «сетевого общества» М. Кастельса. Специфическим атрибутом современного общества, определяющим происходящие в нём трансформации, М. Кастельс считает развитие сетевых структур, сменяющих линейные иерархичные формы социальной организации. Он пишет: «...сегодня именно сети составляют новую социальную морфологию наших обществ, а распространение «сетевой» логики в значительной мере сказывается на ходе и результате процессов, связанных с производством, повседневной жизнью, культурой и властью»²¹.

¹⁷ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. — М.: Академия, 1999. — 578с.

¹⁸ Тоффлер Э. Третья волна. — М: АСТ, 2004. — 781с.

¹⁹ Нейсбитт Дж., Эбурдин П. Что нас ждет в 90-е годы. Мегатенденции. Год 2000. М.: Республика, 1992. — 416с.

²⁰ Гримов О.А. Кравчук П.Ф. Личность в условиях информационно-коммуникативной культуры // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №6 (45). - с. 178.

²¹ Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология (под ред. В.Л. Иноземцева). М.: Academia, 1999. - с. 494.

Формирующиеся в современном обществе сетевые структуры характеризуются открытостью, способностью к саморазвитию, преобладанием горизонтальных связей, децентрализованностью, автономностью узлов²². Развитие сетевых структур становится одной из главных детерминант бытия личности в современном обществе, задающим новую ткань социальных отношений в материально-производственной, духовной, политической и социальной сферах общественной жизни. Формируемое в рамках сетевых структур новое социокультурное пространство обеспечивает особое состояние личности, которая может рассматриваться одновременно как актор, наделённый стремлением к целеполаганию и творческой деятельности, и безличный элемент сети, деятельность которого сводима к совокупности социально обусловленных реакций на воздействие внешних потоков (в первую очередь, информационных).

Сетевой принцип организации оказывается удобной и широко применимой метафорой для описания самых различных социальных процессов. Подтверждением идей М. Кастельса служат глобальные экономические структуры (транснациональные корпорации), различные неформальные группы и объединения, составляющие институт гражданского общества. Особым примером являются информационные (компьютерные, телекоммуникационные) сети, в частности, всемирная компьютерная сеть Интернет²³.

Формирование сетевой социальной структуры объективировалось благодаря совершенно новому качеству социальной коммуникации. Как пишет А.В. Назарчук: «...коммуникация стала формироваться как проекция компьютерных сетей, приобретать формы информационно-сетевых

²² Гримов О.А. Теоретико-методологические основы изучения развития личности в условиях информационно-коммуникативного пространства // Strategiczne pytania swiatowej nauki – 2013: materialy IX Miedzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji. Psychologia i sociologia. – Przemysl: Nauka I studia, 2013. – Vol. 22. – p. 44.

²³ Гримов О.А. Кравчук П.Ф. Личность в условиях информационно-коммуникативной культуры // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №6 (45). – с. 178.

коммуникаций. Если прежние сетевые взаимодействия складывались из спонтанных человеческих контактов и поэтому не воспринимались как сетевые, то сегодня коммуникация методически выстраивается по моделям, задаваемым технологиями системной интеграции процессов обработки и передачи информации»²⁴.

Иными словами, формирование сетевой морфологии современного общества определяется, в первую очередь, парадигмальной трансформацией социальной коммуникации, приобретающей сетевую структуру под воздействием новых информационных технологий.

В классических моделях коммуникации (например, в модели Г. Лассуэла) отражено определение её как линейного процесса, который отличается разграничением ролей коммуникатора и реципиента и не учитывает возможность их взаимодействия в ходе коммуникативного акта. Как нами было отмечено, в условиях сетевого общества доминирующей формой коммуникативного взаимодействия становится сетевое, которое обуславливает наличие обратной связи, свободный и равноправный характер коммуникации²⁵. Свободный характер коммуникации обеспечивает многообразие возможных социальных практик личности в коммуникативной сфере, отличительной чертой которых является возможность соединения, казалось бы, несовместимого в реальности. «И хотя сочетание элементов в виртуальной реальности выглядит необычным и даже невозможным (с точки зрения обычных познавательных практик), однако с помощью интернет-технологий пользователь способен самостоятельно конструировать все новую и новую реальность.... все это весьма расширяет познавательные возможности человека, существенно раздвигает его духовный горизонт и обеспечивает более ясное видение реальности» - отмечают В.А. и

²⁴ Назарчук А.В. Сетевое общество и его философское осмысление // Вопросы философии. – 2008. – №7. – с. 63.

²⁵ Гримов О.А. Теоретико-методологические основы изучения развития личности в условиях информационно-коммуникативного пространства // Strategiczne pytania swiatowej nauki – 2013: materiały IX Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji. Psychologia i sociologia. – Przemysł: Nauka i studia, 2013. – Vol. 22. – p. 45.

С.В. Михайловы²⁶. Иными словами, информационные технологии позволяют личности творчески реализоваться и развиваться, активизируя свой творческий потенциал в практиках генерации и воспроизводства социальной реальности (в виде информации, идей, образов, смыслов). Возможности личностного развития и творческой самореализации обусловлены системообразующим принципом сетевого информационного пространства, которое построено по типу гипертекста, опирающегося на систему бесконечных отсылок и ветвящихся структур, в отличие от логики линейных, последовательных процессов. Система гиперссылок позволяет достраивать, а при необходимости воспроизводить определённые общественные структурные элементы. Как пишет А.А. Пудикова: «необходимость в предзаданной структуре общества отпадает и превращается в построение вариативных моделей социального устройства, места и роли человека в социуме, а также текучести социального континуума»²⁷. Отсюда следует, что возможности производства и регенерации социокультурных артефактов выходят за пределы непосредственно электронной коммуникации и распространяются на всю совокупность социальных практик личности в сетевом обществе, включая реорганизацию общественных структур и институтов.

Многообразные коммуникативные связи, составляющие основу социальных отношений в сетевом обществе, формируют особое поле или пространство. Для его обозначения социологами предлагались различные понятия: информационно-коммуникативное пространство (В.А. и С.В. Михайловы), коммуникационное пространство (А.В. Родин), информационно-коммуникативная среда (М.Н. Извекова).

²⁶ Михайлов В.А., Михайлов С.В. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества // Сборник научных трудов "Актуальные проблемы теории коммуникации", СПб.: - Изд-во СПбГПУ, 2004. - с. 44.

²⁷ Пудикова А.А. Проблема трансформации индивидуальности в коммуникативном пространстве сетевого общества: автореф. дис. ... канд. филос. наук. - Томск – 2009. – с. 24.

По мнению М.Н. Извековой, «информационно-коммуникативная среда – масштабная телекоммуникационная сеть, предназначенная для удовлетворения личностных, социально-групповых и общественных информационно-коммуникационных потребностей за счёт использования информационно-телекоммуникационных технологий»²⁸.

Для характеристики реальности нового порядка, возникающей в результате применения информационных технологий, употребляется также термин «коммуникационное пространство», означающий систему «многообразных коммуникативных связей, возникающих между различными агентами коммуникации»²⁹.

В.А. и С.В. Михайловы, выделяют характерные особенности информационно-коммуникативного пространства, которое понимается ими как виртуальная реальность, связанная, в первую очередь, с компьютерной сетью Интернет: виртуальность, интерактивность, гипертекстуальность, глобальность, креативность, анонимность, мозаичность³⁰.

Рассмотренные выше определения, дополняя друг друга, сходны в рассмотрении информационного пространства (или среды) как сети коммуникативных связей, которые возникают в результате применения информационно-коммуникативных технологий; поэтому далее мы будем трактовать их как синонимичные.

Вместе с тем при анализе среды, формируемой информационно-коммуникативными технологиями, для нас наиболее важным является понимание её, в первую очередь, как социокультурного пространства. Именно культурный аспект информационной среды, на наш взгляд, недостаточно раскрыт в приведённых выше определениях. Связь культуры с

²⁸ Извекова М.Н. Влияние информационно-коммуникативной среды на становление молодёжи как социальной группы в структуре общества // Теория и практика общественного развития. - 2010. - №1.

²⁹ Цит. по: Родин А.В. Коммуникационное пространство: морфология и трансформация / А.В. Родин // Studium. – 2008. – Т.6. - №1.- С. 1-16. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sarki.ru/studium/publ1/rodin.pdf>. (дата обращения 01.01.2014)

³⁰ Михайлов В.А., Михайлов С.В. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества // Сборник научных трудов "Актуальные проблемы теории коммуникации", СПб.: - Изд-во СПбГПУ, 2004. - С. 34-52.

информационно-коммуникативными технологиями закреплена, в основном, в терминах «информационная культура» и «коммуникативная культура», которые мы рассмотрим далее.

Феномен коммуникативной культуры связывается исследователями, в первую очередь, с профессиональной культурой и трактуется как одна из её главных компонент. Например, А.В. Мудрик определяет коммуникативную культуру как систему знаний, норм, ценностей и образцов поведения, принятых в обществе, и умение органично, естественно и непринужденно реализовать их в деловом и эмоциональном общении³¹. Сходное определение, практически отождествляющее коммуникативную культуру с совокупностью коммуникативных компетенций личности, даёт Е.В. Шевцова, которая пишет: «Коммуникативная культура ... представляет собой совокупность тех специальных коммуникативных знаний, навыков и умений, с помощью которых человек предотвращает возникновение психологических трудностей и прогнозирует результативность межличностного и делового профессионального взаимодействия»³². Некоторые исследователи, соотнося профессиональную и коммуникативную культуру, связывают последнюю с конкретным профилем деятельности специалиста³³.

Все приведённые определения характеризует рассмотрение коммуникативной культуры как компонента общей или профессиональной культуры личности, определяющей успешность её участия в повседневных и/или профессиональных формах коммуникативных практик, что является важным аспектом в рамках настоящего исследования и представляет собой несомненную методологическую ценность. Однако, более значимым, как мы

³¹ Мудрик А.В. Социализация и смутное время. М.: Знание, 1991. - 78с.

³² Шевцова Е.В. Взаимосвязь профессиональной и коммуникативной культуры личности будущего специалиста // Сб. науч. трудов СевКавГТУ. Серия «гуманитарные науки». Вып. №10. Ставрополь, 2003. - с. 69.

³³ Якушева С.Д., Ляшенко Н.А. Коммуникативная культура в развитии профессионального мастерства педагога. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/1776-2012-03-28-23-38-56> (дата обращения 24.05.2014)

полагаем, в рамках нашего исследования является определением О.П. Соколовой, которая пишет, что коммуникативная культура – это «...аналогия континуальной интегрируемости, связности, непрерывности социальной среды»³⁴. Иными словами, О.П. Соколова придаёт коммуникативной культуре системообразующий статус; коммуникативная культура, по её мнению, служит условием интеграции социальной среды и обеспечения её синкретичности. Соглашаясь с О.П. Соколовой, мы, вместе с тем, можем добавить, что коммуникативная культура является не только интегративным фактором социальной среды как своего рода её «стержнем», но и социально-генерирующим фактором, обеспечивающим формирование и функционирование информационно-коммуникативного пространства как особой социокультурной среды. Данный аспект коммуникативной культуры, как мы полагаем, недостаточно раскрыт в вышеприведённых определениях.

Коммуникативную культуру, на наш взгляд, стоит рассматривать как необходимый компонент информационной культуры как семантически более ёмкого понятия, так как информационная культура подразумевает коммуникативную культуру в качестве необходимого, но недостаточного элемента. Иными словами, информационная культура в широком смысле отражает всю совокупность культурных практик личности в сфере получения, обработки, хранения и использования информации; коммуникация является основным, но не единственным их наполнением. Далее рассмотрим основные подходы к определению информационной культуры.

В зависимости от субъекта, выступающего носителем информационной культуры, можно выделить: 1) информационную культуру личности; 2) информационную культуру группы; 3) информационную культуру общества в целом. В рамках настоящего исследования наиболее актуальными являются

³⁴ Соколова О.П. Коммуникативная культура индивида: социально-философский анализ: автореф. дис....канд. филос. наук. – Ижевск, 2005. – 15с.

определения информационной культуры, связываемые с личностью и обществом в целом – такие дефиниции выводят понимание информационной культуры на предельно общий уровень.

Наиболее широко употребляемым является применение термина «информационная культура» применительно к личности. Так, И.Г. Хангельдиева пишет: «информационная культура - качественная характеристика жизнедеятельности человека в области получения, передачи, хранения и использования информации, где приоритетными являются общечеловеческие духовные ценности»³⁵.

Н.И. Гендина, рассматривая информационную культуру личности, отмечает, что она является одной «из составляющих общей культуры человека» и представляет собой «совокупность информационного мировоззрения и системы знаний и умений, обеспечивающих целенаправленную самостоятельную деятельность по оптимальному удовлетворению индивидуальных информационных потребностей с использованием как традиционных, так и информационно-коммуникационных технологий»³⁶. Два вышеприведённых определения объединяет акцентуация на роли информационной культуры в жизнедеятельности личности; при этом Н.И. Гендина понимает под информационной культурой совокупность определённых личностных компетенций, умений и навыков в сфере удовлетворения информационных потребностей, в то время как И.Г. Хангельдиева трактует её как качественное свойство информационной деятельности личности.

Другой подход соотносит информационную культуру с человеческой культурой в целом и общим уровнем функционирования информации в обществе.

³⁵ Хангельдиева И.Г. О понятии "информационная культура" // Информационная культура личности: прошлое, настоящее, будущее: Международная научная конференция, Краснодар - Новороссийск, 23-25 сент. 1993 г.: Тез. докл. - Краснодар. - 1993. – с. 2.

³⁶ Гендина Н.И., Колкова Н.И., Стародубова Г.А., Уленко Ю.В. Формирование информационной культуры личности: теоретическое обоснование и моделирование содержания учебной дисциплины – М. – Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества – 2006. - с. 5.

Так, Э.П. Семенюк определяет информационную культуру как информационную компоненту человеческой культуры в целом, объективно характеризующую уровень всех осуществляемых в обществе информационных процессов и существующих информационных отношений³⁷. М.Г. Вохрышева отмечает, что «Информационная культура - область культуры, связанная с функционированием информации в обществе и формированием информационных качеств личности»³⁸. Определения Э.П. Семенюка и М.Г. Вохрышевой актуализируют связь информационной культуры с культурой в целом, акцентируя внимание на функционировании информации в обществе как основании информационной культуры. Помещение информационной культуры в контекст культуры общечеловеческой, как мы полагаем, является плодотворным и способствует системному анализу изучаемого объекта, приобретающего институциональный статус. При этом Э.П. Семенюк, на наш взгляд, даёт более точное и полное определение, рассматривая в качестве компонент информационной культуры информационные процессы и информационные отношения, что является методологически значимым в рамках нашего исследования, так как последние являются одним из средств и условий самоосуществления личности в сетевом обществе. В то же время, как мы полагаем, подобное понимание информационной культуры является недостаточным для описания общего уровня развития информационно-коммуникативных условий жизни современной личности, характеризующих не только осуществляемую ею информационно-коммуникативную деятельность, но и особую среду её бытия – как единство внешних условий и субъективных целеполаганий.

³⁷ Семенюк Э.П. Информационная культура общества и прогресс информатики // НТИ. Сер.1. – 1994. – №1. – с. 2.

³⁸ Вохрышева М.Г. Формирование науки об информационной культуре // Проблемы информационной культуры: Сб. ст. Вып. 6. Методология и организация информационно-культурологических исследований / Науч. ред.: Ю.С. Зубов, В.А. Фокеев. - М.: Магнитогорск, 1997. – с. 57.

Отметим также, что широко применимым является термин «информационно-коммуникативная культура», употребляемый, как правило, в значении, близком к рассмотренным выше тем определениям информационной и коммуникативной культуры, которые служат для обозначения совокупности компетенций, знаний, умений, навыков, ценностей личности в сфере удовлетворения информационных и коммуникативных потребностей с помощью различных средств и технологий³⁹. Однако в данном концепте («информационно-коммуникативная культура») отражён важный аспект взаимосвязанности информации и коммуникации как ключевых детерминант бытия личности в сетевом обществе, что актуализирует необходимость интегративного подхода к определению особой социокультурной среды осуществления личностью различных видов информационно-коммуникативной деятельности.

Поэтому для характеристики современного этапа развития культуры в сфере применения информационно-коммуникативных технологий и порождённых ими социокультурных сдвигов мы предлагаем уточнить термин «информационно-коммуникативная культура» применительно к предмету нашего исследования. В данном контексте, в отличие от вышерассмотренных определений коммуникативной и информационной культуры (характеризующих в большей степени уровень компетенций в сфере коммуникативной деятельности или определённые формы социокультурных практик в информационной сфере), информационно-коммуникативная культура понимается нами как совокупность актуальных

³⁹ Коваленко Д.Г. Формирование информационно-коммуникативной культуры молодёжи в системе высшего образования: автореф. дис. ... канд. соц. наук. – М., 2012. - 29с.; Поливода И.М. Информационно-коммуникативная культура как источник развития профессионального мышления студентов технического университета: дис...канд. пед. наук. - Ростов-на-Дону, 2006. - 172с.; Сулейманова З.З. Формирование информационно-коммуникативной культуры молодежи во взаимосвязи учебной и досуговой деятельности: дис... докт. пед. наук. – М., - 2006. - 334с.

информационно-коммуникативных технологий, средств связи и коммуникации, а также обусловленных ими устойчивых форм социальных отношений, социальных практик и артефактов, являющихся неотъемлемой частью социокультурной реальности. Информационно-коммуникативная культура в нашем понимании охватывает всё многообразие продуктов материальной и духовной культуры, связанных с применением информационно-коммуникативных технологий.

Отметим, что если под информационно-коммуникативным пространством (средой) мы понимаем в основном сеть социальных отношений и практик, опосредованных применением информационно-коммуникативных технологий, то термин «информационно-коммуникативная культура» включает в качестве своей важнейшей переменной непосредственно культурный аспект преобразований в сфере новых информационных технологий - то есть, является более ёмким. При этом для обозначения институционально организованных социально-средовых механизмов осуществления социальных практик в сфере удовлетворения информационно-коммуникативных потребностей достаточно продуктивным нам представляется употребление понятия «пространство информационно-коммуникативной культуры». Пространство информационно-коммуникативной культуры понимается нами как совокупность институционализированных форм, средств, каналов, а также социально-системных механизмов осуществления информационно-коммуникативных социокультурных практик. Пространство информационно-коммуникативной культуры интегрирует в себе среду как совокупность ресурсов, условий и культурно фундированных паттернов реализации информационно-коммуникативной деятельности – с одной стороны, и субъектов (в роли которых выступают личности, группы, общности) информационно-коммуникативных практик, характеризующихся (субъектов) определёнными ценностями, целями и потенциалом – с другой.

Важнейшее значение имеет определение места личности в пространстве информационно-коммуникативной культуры. Онтологически пространство информационно-коммуникативной культуры можно охарактеризовать как среду, определяемую амбивалентным положением личности в ней. С одной стороны, информационно-коммуникативная культура представляет собой систему, воспроизводимую многочисленными социальными (в первую очередь – коммуникативными) практиками индивидов, и поэтому в аспекте формирования и развития новых информационно-коммуникативных технологий определяется активностью и деятельностью личности, её потребностями по изменению коммуникативного пространства и условий коммуникации. Источником преобразования информационно-коммуникативной культуры является объективно существующее диалектическое противоречие между достигнутым уровнем её развития и потребностью в решении новых коммуникативных задач, создании новых культурных продуктов и социальных дискурсов. В таких условиях личность выступает творцом информационно-коммуникативной культуры, субъектом её развития и преобразования.

В то же время информационно-коммуникативная культура служит для личности источником усваиваемых последней паттернов социокоммуникативного поведения и социокоммуникативной деятельности как культивируемых культурных образцов – то есть, оказывает непосредственное воздействие на личность.

Таким образом, можно отметить, что пространство информационно-коммуникативной культуры является сложной средой бытия личности в современном социуме, предполагающей диалектическое единство субъектного и объектного статусов личности, пребывающей в среде, «потребляющей» (испытывающей её воздействие), но также и формирующей её.

Пространство информационно-коммуникативной культуры как особая среда бытия личности в сетевом обществе является метаинституциональным конструктом, не привязываемым к одному определённом социальном институту, а описывающим межинституциональные практики и отношения в сфере создания и потребления социокультурных кодов и дискурсов на основе применения информационно-коммуникативных технологий. В дальнейшем под информационно-коммуникативной культурой и пространством информационно-коммуникативной культуры мы будем подразумевать, в первую очередь, Интернет-пространство и средства Интернет-коммуникации как наиболее актуальный и распространённый в современном мире способ и условие бытия личности, опосредованного применением информационно-коммуникативных технологий.

Мультифункциональность средств Интернет-коммуникации определяет смысловую насыщенность пространства информационно-коммуникативной культуры, актуализируя активизацию творческих качеств личности, раскрытия её творческого потенциала в процессе создания, обработки, распространения, получения, анализа информационных сообщений различного рода. Смысловая насыщенность в современных социокультурных условиях трансформируется в поток разрозненных сообщений, лишённых смыслового единства и структурной связанности. Данный социокультурный феномен подробно раскрыт в концепции «мозаичной культуры» Авраама Моля⁴⁰ и теории «блип-культуры» Элвина Тоффлера⁴¹. Мозаичность становится неотъемлемым свойством Интернет-пространства.

Многообразие возможностей практического применения сети Интернет способствует в итоге «генерированию новых социальных практик как виртуальных аналогов традиционных социальных практик, связанных с трудовой, образовательной и досуговой деятельностью, потребительским,

⁴⁰ Моль А. Социодинамика культуры — М.: Прогресс, 1973. — 407с.

⁴¹ Тоффлер Э. Третья волна. — М: АСТ, 2004. — 781 с.

политическим, коммуникативным поведением»⁴². Такие социальные практики, основанные на использовании сети Интернет, А.Л. Радкевич называет «социальными Интернет-практиками», которые представляют собой «совокупность рутинных действий и привычных способов поведения, связанных с использованием Сети для решения проблем и/или повышения эффективности деятельности в различных сферах жизни, а также для удовлетворения различных потребностей»⁴³.

Интернет-пространство выступает не только средством реализации социальных (в первую очередь, коммуникативных) практик, но и пространством этой реализации.

В социальных Интернет-практиках закреплены две разнонаправленные интенции. Наблюдается стремление личности к индивидуализации – утверждению своей уникальности посредством самореализации и самовыражения, что в конечном итоге способствует атомизации общества. В то же время личность испытывает потребность в аффилиации (принадлежности к определённой группе) и идентификации – соотнесении себя с определённой социальной группой или социальными структурами – которая способствует сплочению общества и коммуникативного пространства. Таким образом, данные интенции (дифференциация и интеграция) образуют в пространстве информационно-коммуникативной культуры диалектическое единство. Обе сосуществующие и взаимопроникающие практики (как способы организации информационно-коммуникативного пространства) составляют сущность и содержание самореализации личности в условиях информационно-коммуникативной культуры⁴⁴.

⁴² Радкевич А.Л. Социальные Интернет-практики россиян в условиях формирования информационного общества: дис. ... канд. соц. наук. – М. – 2009. – с. 14.

⁴³ Там же

⁴⁴ Гримов О.А. Кравчук П.Ф. Личность в условиях информационно-коммуникативной культуры // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №6 (45). – с. 182.

Подобная противоречивость социальных Интернет-практик отмечается, в частности, И.А. Гронским, который пишет, что в современном обществе благодаря информационно-коммуникативным технологиям произошли изменения коммуникативных процессов, характеризующиеся нарастанием взаимоисключающих тенденций: одиночеством пользователей при их кажущейся коммуникабельности и широких коммуникативных связях, видимостью тотальной свободы при значительном контроле со стороны компаний, предоставляющих услуги Интернет-доступа⁴⁵. Данные тенденции, как отмечает И.А. Гронский, «являются новыми координатами социального самоощущения и соответствующего ему коммуникативного поведения современного человека»⁴⁶.

Рассматривая Интернет-пространство как репрезентант информационно-коммуникативной культуры, необходимо учитывать сложное соотношение в нём реального и виртуального. Поэтому одним из важнейших вопросов является определение статуса реализуемых в Интернет-пространстве социальных практик: являются ли они самостоятельным видом (виртуальным) или же представляют собой вынесенные в виртуальное пространство социальные практики реальной жизни⁴⁷.

Первый подход к решению данного вопроса отличается трактовкой виртуального и реального пространств и реализуемых в них практик как комплементарных. Так, раскрывая содержание реализуемых в виртуальном пространстве социальных Интернет-практик, А.Л. Радкевич пишет, что они «существенно расширяют границы социального мира», при этом «представляя собой альтернативные способы осуществления многих

⁴⁵ Гронский И.А. Социально-философские основания активности Интернет-аудитории в сетевой коммуникации: дис. ... канд. филос. наук. – Нижний Новгород, 2011. – 194с.

⁴⁶ Там же, с. 55.

⁴⁷ Гримов О.А. Кравчук П.Ф. Личность в условиях информационно-коммуникативной культуры // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №6 (45). – с. 181.

реальных повседневных практик, чаще всего не замещают, а дополняют их»⁴⁸.

Приверженцы другой позиции определяют информационно-коммуникативное пространство как виртуальное по отношению к социальной реальности. Так, по мнению З.С. Завьяловой: «В условиях глобализации информационно-коммуникативных процессов Интернет трансформируется в альтернативную информационно-коммуникационную среду, обладающую онтологическими признаками»⁴⁹.

Особо следует выделить позицию В.А. и С.В. Михайловых, которые отмечают, что виртуальность, связываемая с Интернет-пространством, уже является собой реальность, будучи средством осуществления разнообразных социальных практик. Они отмечают: «Ранее при употреблении слова «виртуальность» надо было обязательно иметь в виду приставку «квази». Теперь же при употреблении данного термина совсем не обязательно виртуальное трактовать как «как бы» реальное («призрачное» и т.п.), ибо Всемирная паутина представляет собой очевидную реальность»⁵⁰.

На наш взгляд, сущность социальных практик, реализуемых в пространстве информационно-коммуникативной культуры (в том числе, в сети Интернет) составляют разнообразные виды реальной социальной деятельности, опосредованной информационно-коммуникационными технологиями. В пространстве информационно-коммуникативной культуры происходит взаимопроникновение и взаимовлияние реальных и виртуальных социальных практик. Примером подобного влияния можно назвать так называемые флеш-мобы - формы группового взаимодействия, как правило, запланированные в Сети группой пользователей и осуществлённые затем в реальной жизни. Поэтому мы можем согласиться с А.Л. Радкевичем, который

⁴⁸ Радкевич А.Л. Социальные Интернет-практики россиян в условиях формирования информационного общества: дис. ... канд. соц. наук. – М. – 2009. – с. 14.

⁴⁹ Завьялова З.С. Самопрезентация личности в чат-коммуникации: дис. ... канд. филос. наук. – Томск. – 2011. – с. 11.

⁵⁰ Михайлов В.А., Михайлов С.В. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества // Сборник научных трудов "Актуальные проблемы теории коммуникации", СПб.: - Изд-во СПбГПУ, 2004. - с. 36.

отмечает, что Интернет является альтернативным способом осуществления реальных социальных практик, дополняющим, но не замещающим последние⁵¹.

Одним из наиболее значимых коммуникативных средств информационно-коммуникативной культуры, позволяющих осуществлять разнообразные реальные и виртуальные социальные практики и на изучение которых направлен наш непосредственный исследовательский интерес, являются социальные сети.

В пространстве современной информационно-коммуникативной культуры они занимают особое место – как средство Интернет-коммуникации, наиболее распространённое и наиболее соответствующее описанному Мануэлем Кастельсом принципу сетевой организации, присущему современному обществу.

Интернет имманентно содержит в себе признаки социальной сети, что отражают его общепринятые названия: мировая паутина, Сеть. Сетевая природа Интернета определяет существование разнообразных подходов к тому, что именно понимать под информационными социальными сетями.

Первый из подходов относит к социальным сетям различные интерактивные веб-сервисы - электронную почту, блоги, форумы, чаты, сайты знакомств, сетевые игры, имиджборды, средства мгновенного обмена сообщениями – то есть, средства электронной коммуникации⁵². Такое широкое понимание социальных сетей характерно для К.О. Черняевой, А.В. Сычёва и И.А. Гадебского⁵³.

⁵¹ Гримов О.А. Кравчук П.Ф. Личность в условиях информационно-коммуникативной культуры // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №6 (45). – с. 182.

⁵² Гримов О.А. Корякко Г.Е. Социальные сети в системе информационно-коммуникативных технологий // Учёные Записки РГСУ. 2012. - №2 (102). – с. 181.

⁵³ Сычев А.В., Гадебский И.А. Изучение характеристик сообществ русскоязычной блогосферы // Электронные библиотеки: перспективные методы и технологии, электронные коллекции: Труды Десятой Всероссийской научной конференции «RCDL'2008». – Дубна: ОИЯИ. - 2008. – С. 200-209.; Черняева К.О. Культурная идентификация в условиях глобализации: случай социальных сетей: автореф. дис....канд. соц. наук. Саратов, 2010. - 22с.

Подобные средства коммуникации, как мы полагаем, скорее стоит отнести к разряду социальных сервисов, которые представляют собой программное обеспечение, поддерживающее сетевое взаимодействие в Интернете. К социальным сервисам мы также относим широко распространённые медиасайты – ресурсы, предназначенные для размещения, хранения, обмена и просмотра созданных пользователями фото- и видеоматериалов (YouTube, Flickr); системы мгновенного обмена сообщениями – ресурсы, обеспечивающие общение пользователей через сеть в режиме реального времени (Skype, ICQ, Jabber). Данные сервисы предполагают наличие профиля у пользователей, поэтому их также иногда относят к социальным сетям.

Главными характеристиками всех рассмотренных веб-сервисов является возможность интерактивной электронной коммуникации между пользователями и формирование определённых социальных связей и отношений между ними, отличных от связей в «реальном» мире⁵⁴.

С данным свойством средств Интернет-коммуникации связан второй подход к определению социальных сетей, трактующий социальную сеть как социальную структуру, «встроенную» в электронную коммуникацию. Так, А.Б.Баранов пишет: «Социальная сеть – это структура, состоящая из пользователей (индивидуумов и групп индивидуумов), которые функционируют в сети Интернет в рамках созданного компьютерами и программным обеспечением киберпространства»⁵⁵. Таким образом, здесь практически отождествляются социальная сеть как определённый интерактивный веб-сервис и сетевое сообщество. Мы полагаем, что подобная трактовка социальных сетей недостаточно верна. Веб-сервисы являются лишь виртуальной оболочкой, технологическим условием формирования

⁵⁴ Гримов О.А. Корявко Г.Е. Социальные сети в системе информационно-коммуникативных технологий // Учёные Записки РГСУ. 2012. - №2 (102). – с. 181.

⁵⁵ Баранов А.Б. Виртуальная коммуникация в социальной сети: основные понятия и модель взаимодействия // Психология и философия. - 2010. - С. 108-111.

сетевого сообщества (понимаемого в данном случае как совокупность основанных на единстве целей и интересов связей между пользователями в рамках определенного веб-сервиса, объединяющих их в эмпирически наблюдаемую группу), но не являются самим сообществом. Для социально-сетевого сервиса связь пользователей является конечной целью функционирования, в то время как для сетевого сообщества связь служит лишь средством организации совместной деятельности (учебной, профессиональной, игровой)⁵⁶. При этом виртуальные социальные связи, возникающие между членами сетевого сообщества, лишь отражают реальные социальные связи и вторичны по отношению к ним.

Третье определение социальных сетей отражает общепринятую дефиницию конкретного класса веб-сервисов – компьютерных социальных сетей, являющихся непосредственным предметом нашего изучения, поэтому на него мы и будем опираться в дальнейшем.

Социальная сеть – интерактивный многопользовательский веб-сервис, служащий для построения и организации социальных связей и отношений в виртуальном пространстве. Необходимо различать понятия Social Network – социальная сеть в значении «структура связей» и Social Network Service – социально-сетевой сервис. В русском языке оба термина переводятся одинаково – «социальная сеть», что вызывает некоторую путаницу⁵⁷. Именно социальные сети во втором значении (Social Network Service) – как самостоятельный вид интерактивных веб-сервисов – являются полем нашего исследовательского интереса.

По своей сути социальные сети представляют собой виртуальную социальную среду, которая позволяет осуществлять межличностную и групповую коммуникацию. Связь и общение в социальных сетях

⁵⁶ Гримов О.А. Корявко Г.Е. Социальные сети в системе информационно-коммуникативных технологий // Учёные Записки РГСУ. 2012. - №2 (102). – с. 182.

⁵⁷ Там же

осуществляется благодаря сервисам внутренней почты и/или мгновенного обмена сообщениями.

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

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

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

3) возможность кооперации (ведение группового блога, коллективное создание контента, создание сообществ)⁵⁸.

Все вышеперечисленные отличительные особенности социальных сетей, отражающие реализацию социальных практик на разных уровнях социокультурной интеграции личности в виртуальный социум, характеризуют социальные сети как значимый социокультурный феномен, определяющий значительный потенциал осуществления разнообразных видов и форм информационно-коммуникативной деятельности в пространстве наличной информационно-коммуникативной культуры и репрезентирующий новейшие структурно-онтологические основы личности в современном мире.

В данном параграфе раскрыт наш исследовательский подход к изучению личности в условиях современного этапа развития общества, отличающегося экспоненциальным ростом информационно-коммуникативных технологий, изменяющих социальную реальность. Личность рассматривается нами одновременно как активный субъект деятельности и коммуникации и продукт влияния особых социокультурных

⁵⁸ Гримов О.А. Корявко Г.Е. Социальные сети в системе информационно-коммуникативных технологий // Учёные Записки РГСУ. 2012. - №2 (102). – с. 182.

условий. На основе рассмотрения различных подходов и теоретических построений, характеризующих современный этап развития общества, нами уточнено значение термина «информационно-коммуникативная культура» для обозначения совокупности актуальных информационно-коммуникативных технологий, средств связи и коммуникации, а также обусловленных ими устойчивых форм социальных отношений, социальных практик и артефактов, являющихся неотъемлемой частью социокультурной реальности. Как мы выяснили, информационные технологии предоставляют личности широкие возможности для деятельности и самовыражения, но при этом не определяют напрямую характер личностных трансформаций, отличающийся сложностью и противоречивостью. Одним из важнейших социально-технологических средств осуществления информационно-коммуникативной деятельности являются социальные сети, отражающие широкий спектр разнообразных форм деятельности в пространстве информационно-коммуникативной культуры.

В следующем параграфе нами будут рассмотрены особенности самопрезентации личности в социальных сетях как главного структурно-онтологического личностного процесса, фундирующего взаимопроникновение и взаимовлияние личности и пространства информационно-коммуникативной культуры социальных сетей и в значительной степени определяющего все практики, реализуемые личностью в социальных сетях.

§1.2. Особенности самопрезентации и самоидентификации личности в социокультурной среде социальных сетей

Изучение форм и характерных особенностей социокультурной (в первую очередь, информационно-коммуникативной) деятельности личности в социальных сетях требует акцентуации внимания на структуре социально-онтологических экспликаций бытийствования личности в виртуальном

пространстве социальных сетей, основой которого (бытийствования) является самопрезентация, выступающая начальным этапом социокультурной интеграции (вхождения) личности в социальную сеть.

Самопрезентация личности в пространстве информационно-коммуникативной культуры социальных сетей рассматривается нами как онтологический базис личности и начальная форма субъективного целеполагания, понимаемого здесь как выбор определённой стратегии самовыражения и форм социокультурной деятельности. В таких условиях характер самопрезентации является системообразующим конструктом, а особенности (а также условия и факторы) самопрезентации и самоидентификации, определяемые информационно-коммуникативной культурой социальных сетей, можно понимать как наиболее устойчивые интериоризируемые личностью социокультурные паттерны и артефакты пространства информационно-коммуникативной культуры, определяющие праксеологические аспекты бытия личности в данном пространстве. Именно на уровне самопрезентации осуществляется взаимопроникновение и взаимовлияние личности и коммуникативной среды.

Сложный характер процесса самопрезентации как социально-конструктивной практики расширения жизненного пространства личности обуславливает необходимость рассмотрения более широких социальных фреймов самопрезентации и самоидентификации личности в контексте постнеклассической социологической и социально-теоретической мысли, приобретающей особую эвристичность в современных условиях.

На современном постнеклассическом этапе развития научного знания одним из наиболее востребованных в социологической науке подходов к изучению общественных процессов, в частности, особенностей бытия личности в условиях информационно-коммуникативной культуры, является постмодернизм, представленный такими именами, как Ж. Бодрийяр, Ж-Ф. Лиотар, Ж. Делёз, Ж. Деррида и др. Современный этап развития общества определяется теоретиками данного направления как общество

постмодерна [14-15, 62], которое, в числе прочего, характеризуется переоценкой и пересмотром особенностей и проявлений разнообразных социокультурных конструктов, одним из которых является личность. В рамках постмодернистской концепции личность утрачивает статус устойчивой целостности социальных свойств и характеристик, что характерно для классической социальной теории. В постмодернизме сущность личности описывается в постнеклассических терминах открытости, принципиальной вариативности и незавершённости; личность понимается как перманентный процесс становления и самоизменения и проявляет себя через определённые дискурсивные практики и динамичность идентичности.

Возможности подобной игры идентичностями присутствуют в средствах Интернет-коммуникации, которые предоставляют личности возможности для самопрезентации.

Дальнейший анализ будет основан на выявлении основных особенностей самопрезентации личности в социальных сетях и определении релевантности применения основных положений постмодернистской теории в данном контексте.

Самопрезентация понимается исследователями как сознательная управляемая передача собеседнику определённой информации о себе⁵⁹, или как «поведенческое выражение эмоциональных и когнитивных элементов Я-концепции»⁶⁰. Однако самопрезентация в форме передачи определённой информации о себе в режиме коммуникативных практик не является полностью контролируемым индивидом процессом; она может быть как полностью сознательным, так и отчасти бессознательным актом (например, при создании желаемого «Я-образа»). Поэтому мы вслед за В.А. Янчуком

⁵⁹ Амяга Н.В. Самораскрытие и самопредъявление личности в общении // Личность. Общение. Групповые процессы. М., 1991.- С. 37-74.

⁶⁰ Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy> (дата обращения 24.05.2014)

будем понимать под самопрезентацией процесс «осознаваемого или неосознаваемого, целенаправленного или стихийного предъявления определённых аспектов своего «Я» окружающим»⁶¹. При этом самоидентификация понимается нами как процесс самоотождествления личности, выбор и формирование ею определённой персональной идентичности.

Для самопрезентации личности в социальных сетях существуют разнообразные каналы:

- никнейм (ник) - индивидуальное имя пользователя, идентифицирующее его в Сети. Может отражать как реальное, так и модифицированное имя пользователя; нередко представляет собой прозвище пользователя в «оффлайновой жизни»;

- аватар (или юзерпик) - фотография или картинка, служащая визуальным выражением образа пользователя;

- индикатор текущего состояния (например, статус);

- размещение продуктов собственного творчества;

- размещение фото- и видеоматериалов, как правило, имеющих отношение к пользователю⁶².

Как нами было обнаружено, особое место в структуре каналов самопрезентации в социальных сетях занимают различные разделы, посвящённые личной информации; в первую очередь, в таких разделах размещается следующая информация:

- интересы, убеждения;

- информация, отражающая социально-демографические, статусные и иные характеристики пользователя (пол, возраст, семейное положение, уровень образования, место работы и т.д.)

⁶¹ Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию. – Минск: АСАР. – 2005. – с. 45.

⁶² Гримов О.А. Самопрезентация личности в социальных сетях // Социология. 2013. - №2. – с. 59-60.

Таким образом, основные каналы самопрезентации в социальных сетях представлены текстуальными и мультимедийными практиками (в первую очередь, визуальными) – размещение фото- и видеоматериалов⁶³.

Самопрезентация как формирование индивидуального образа - отражает структуру пользовательского профиля (аккаунта). Несмотря на динамичный характер процесса самопрезентации, в каждый отдельный момент построенный образ может рассматриваться как своеобразный срез. Лишённая непосредственных аспектов социального взаимодействия, репрезентация своего образа является начальной ступенью социокоммуникативной деятельности личности в социальных сетях, т.е. её «визитной карточкой» в сети. Или, пользуясь терминологией И. Гоффмана, - «фасадом», пусть и не предполагающим обязательного построения альтернативной идентичности.

Возможность творческого характера самопрезентации обеспечивает не только значительное количество её возможных стратегий, но и потенциальное построение альтернативного образа, который не свойствен пользователю в его реальной жизни. Данная игра идентичностями, которая согласно постмодернистской теории составляет сущность процесса идентификации личности в современных условиях, актуализирует противопоставление реального «Я», характеризующего пользователя в реальной жизни, и виртуального «Я», то есть репрезентации - образа, воплощённого в виртуальном пространстве Интернет-коммуникации, независимо от реальности наделяющих его характеристик⁶⁴.

Для наименования альтернативного образа в научном дискурсе применяются понятия «виртуальная личность» и «сетевая личность», которые мы рассматриваем как синонимичные. В связи с этим важнейшим

⁶³ Гримов О.А. Самопрезентация и самоидентификация личности в социальных сетях // Бъдещите изследвания: материали за 9-а международна научна практична конференция. Психология и социология. Музика и живот. – София: «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2013. – Т. 21. – с. 21.

⁶⁴ Там же, с. 22.

становится вопрос определения степени подлинности идентичности (т.е. виртуального Я-образа), выстраиваемой пользователями в социальных сетях.

В социологической литературе можно встретить два основных подхода по данному вопросу. Представители первого из них, анализируя манифестируемую в Интернете идентичность пользователей, базируются на постмодернистской трактовке виртуального пространства, которое определяет данные репрезентации (Е.П. Белинская, И.С. Шевченко).

Е.П. Белинская пишет: «Определённое соответствие базовых особенностей виртуальной реальности этосу разворачивающегося проекта постмодерна может быть раскрыто по следующим пунктам»:

- анонимность коммуникации в виртуальности;
- построенное по принципу гипертекста виртуальное пространство; возможность «игры» с ролями и построением множественного «Я» в Интернете;
- единственная реальность личности в виртуальности суть реальность самопрезентации;
- виртуальное пространство предлагает человеку максимум возможностей для любого рода конструирования⁶⁵.

Подобного мнения придерживается и И.С. Шевченко, который выделяет следующие характеристики Интернет-коммуникации:

- 1) анонимность, 2) добровольность и желательность контактов, 3) отсутствие паралингвистических, невербальных компонентов общения, 4) затруднённая передача и восприятия аффективного компонента общения, 5) своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации, 6) снятие жёстких социальных конвенций, границ культур⁶⁶.

⁶⁵ Белинская Е.П. К проблеме групповой динамики сетевого общества // 2-ая Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. М.: Эксплицентр РОСС. – 2000. - С. 249-251.

⁶⁶ Шевченко И.С. Факторы динамичности самопрезентаций в Интернет-общении. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://samagistro.blogspot.ru/2012/11/blog-post_974.html (дата обращения 24.05.2014)

Подобный акцент на таких свойствах Интернет-пространства, как анонимность, гипертекстуальность, множественность и т.д., обосновывает понимание самопрезентации в Интернет-пространстве как вариативного игрового процесса создания альтернативной идентичности; в контексте такого анализа каждый виртуальный Я-образ рассматривается как своего рода «маска», имеющая немного общего с реальным «Я-образом».

Таким образом, специфической характеристикой данного подхода является чёткое противопоставление реального Я-образа и виртуального образа в Интернет-пространстве, и, как следствие, предполагает нетождественность реальной и сетевой идентичности.

По мнению приверженцев данного подхода, создание виртуальной личности, может являться следствием неудовлетворённости различными аспектами идентичности в реальной жизни, отражать различные стремления (в том числе, реализации агрессивных тенденций, определённых сексуальных побуждений, желания нового опыта). При этом, как отмечается авторами, потенциал создания виртуального Я-образа позволяет выйти из заданных рамок самопозиционирования, описываемых набором предписанных характеристик (например, пол, возраст, национальность). В частности, Е.П. Белинская отмечает, что в средствах Интернет-коммуникации становится возможным «убежать из собственного тела» - как от внешнего облика, так и от индикаторов статуса во внешнем облике, и, следовательно, от ряда оснований социальной категоризации: пола, возраста, социально-экономического статуса, этнической принадлежности и т.п.»⁶⁷.

Другой подход к рассмотрению характера самопрезентации в сети Интернет, в свою очередь, базируется на идее стремления личности к утверждению своей подлинности и аутентичности (М.М. Соколов,

⁶⁷ Белинская Е.П. К проблеме групповой динамики сетевого общества // 2-ая Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. М.: Эксплицентр РОСС. – 2000. - С. 249-251.

И. Костерина) и оспаривает актуальность создания виртуального Я-образа в современных средствах Интернет-коммуникации.

Так, М.М. Соколов отмечает значимость аутентичности личности в Интернет-коммуникации⁶⁸. И. Костерина отмечает неактуальность и неоправданность создания альтернативной идентичности в блогах: «Мифы о конструировании и придумывании себе псевдоличностей в блогосфере, кажется, развенчаны окончательно: люди не хотят пользоваться тем преимуществом, которое воспевали раньше обитатели Сети - анонимностью и возможностью примерить на себя другую социальную маску... Игра с идентичностью в блогах часто приводит к раскрытию и публичному порицанию обманщика»⁶⁹.

Мы солидарны с данным мнением. На наш взгляд, постмодернистский дискурс анонимности и альтернативной идентичности, в русле которого анализируются вопросы самопрезентации и самоидентификации личности в Интернет-пространстве представителями первого из рассмотренных выше подходов, оказывается недостаточно убедительным применительно к реалиям современной Интернет-коммуникации в социальных сетях.

Постулируемые представителями первого подхода свойства Интернет-пространства (анонимность и т.д.) были актуальны для периода становления Интернета (конец 1990-х – начало 2000-х гг.), которое проходило в рамках информационно-технологической идеологии WEB 1.0., трактовавшей Интернет-ресурсы как информационные базы. Идеология WEB 1.0. не предполагала интерактивный характер Интернет-коммуникации и широкие возможности пользователей по наполнению Интернет-пространства разнообразным контентом, которые актуализировались с появлением в 2000-е гг. блогов и социальных сетей и т.д. (идеология WEB 2.0.)

⁶⁸ Соколов М.М. Онлайн-дневник, теории виртуальной идентичности и режимы раскрытия персональной информации / Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. - СПб.: Издательство СПбГУ. - 2006. - С. 9-39.

⁶⁹ Костерина И. Публичность частных дневников: об идентичности в блогах Рунета // «Неприкосновенный запас». - 2008, №3 (59). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2008/3/ko17.html> (дата обращения 24.05.2014)

Исследования WEB 1.0. базировались в основном на материале телеконференций, IRC, многопользовательских ролевых игр (MUDs) и других каналов Интернет-коммуникации, которые были распространены в 1990-е гг. Поэтому в социальных сетях многие свойства, отмечавшиеся в ранних средствах Интернет-коммуникации, уже не актуальны. Главным образом, это относится к ключевому для Интернета 1990-х гг. свойству анонимности. В настоящее время анонимность сохраняет принципиальное значение лишь в отдельных средствах Интернет-коммуникации (чатах, имиджбордах).

Как мы полагаем, в социальных сетях, значимо наличествует интенция личности на репрезентацию своих подлинных свойств и характеристик, что отражает значимость её самоутверждения. Построение Я-образа, репрезентирующего реальные характеристики пользователя, активизирует рефлексивность личности и её самоанализ.

Однако неточным было бы предположение, что стратегии построения альтернативной идентичности, основанные на анонимности Интернет-коммуникации, в социальных сетях вообще не представлены. В целом анонимность, а также эксперименты с идентичностью, в социальных сетях возможны, но неактуальны. На практике это подтверждается обострившейся проблемой деанонимизации в социальных сетях, кражи индивидуальных данных, киберзапугивания, использования личных данных, представленных на странице пользователя, секретными службами, коллекторскими агентствами и т.д. Поэтому можно утверждать, что основные положения постмодернистской теории, характеризующие процесс самопрезентации личности в контексте свойств анонимности, множественности и изменчивости, применительно к социальным сетям оказываются недостаточно состоятельными.

Вместе с тем, отдельные постмодернистские положения применимы и при анализе самопрезентации личности в социальных сетях. Как правило, несмотря на относительную устойчивость репрезентированного образа, в

социальных сетях есть возможности перманентного экспериментирования со своей идентичностью (например, возможность редактирования личной информации), что говорит о гибкости и мобильности самопрезентации.

Так же необходимо отметить, что статус пользователя, описываемый предписанными категориями, подвергается в социальных сетях некоторым изменениям. «Интернет-культура сделала второй шаг к десемiotизации вещного мира, исключив из свойств своего пользователя природную составляющую. Таким образом, личность в Интернете может пониматься только одним-единственным способом – как субъект культуры» - отмечает Н.В. Чудова⁷⁰. Десемiotизацию здесь следует понимать, главным образом, как отсутствие маркеров телесности в Интернет-коммуникации. Также десемiotизацию характеризует обесценивание «семиотического статуса социальных достижений человека»⁷¹, что на практике обуславливает относительное равенство пользователей в социальных сетях. То есть, несмотря на дезактуализацию анонимности и стремление пользователя к самоутверждению, некоторые объективные социальные характеристики личности, даже подлинные по своей сущности, в социальных сетях утрачивают значимость.

Самопрезентация личности в социальных сетях может характеризоваться гибкостью и некоторым обесцениванием социального статуса личности в реальной жизни, но при этом соответствие репрезентированного образа участнику коммуникации, как правило, остаётся несомненным.

В то же время, несмотря на относительное обесценивание в социальных сетях социальных достижений личности, важной характеристикой самопрезентации является социальный характер, заключающийся в отражении пользователем своих статусных характеристик.

⁷⁰ Чудова Н.В. Особенности образа Я "жителя" интернета. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.psychology.ru/internet/ecology/07.stm> (дата обращения 24.05.2014)

⁷¹ Там же

Размещая такую информацию, пользователь стремится к максимально успешному управлению впечатлением Другого о себе⁷². К.О. Черняева пишет: «Виртуальное понимается как особая реальность, особый мир, а порой и как мираж, сконструированный из управлений впечатлениями Другого»⁷³. Похожее мнение отстаивает М.М. Соколов. Он отмечает, что популярность коммуникации в сети Интернет объясняется, в основном, не потенциалом создания альтернативного Я-образа, а желанием построения наиболее благоприятной идентичности, в которой нивелируются стигмы и актуализируются достоинства коммуниканта. М.М. Соколов отмечает, что в Интернете преодолеваются 5 коммуникативных фильтров: культурные, когнитивные, моральные, стратегические и технические⁷⁴.

Таким образом, социальные сети предоставляют личности множество разнообразных ресурсов для репрезентации максимально благоприятного Я-образа.

Необходимо отметить, что самопрезентация в социальных сетях по своей сути достаточно противоречива. С одной стороны, социальные сети являются средством расширения жизненного пространства личности, выходом за пределы её наличного бытия, что отражает некоторую приватность процессов самопрезентации. Вместе с тем, социальные сети претендуют на публичность, рассчитаны на стороннего читателя (зрителя). В подобных условиях репрезентированный образ личности сам становится частью открытого информационно-коммуникативного пространства. Поэтому в качестве одного из важнейших условий самопрезентации в социальных сетях можно отметить стремительное размывание границ публичного и приватного. Обратим внимание, что данная особенность

⁷² Гримов О.А. Самопрезентация и самоидентификация личности в социальных сетях // Бъдещите изследвания: материали за 9-а международна научна практична конференция. Психология и социология. Музика и живот. – София: «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2013. – Т. 21. – с. 25.

⁷³ Черняева К.О. Культурная идентификация в социальных сетях Интернета // Вестник ПАГС. – 2010. - №1 (22). – с. 211.

⁷⁴ Соколов М.М. Онлайн-дневник, теории виртуальной идентичности и режимы раскрытия персональной информации / Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. – СПб.: Издательство СПбГУ. - 2006. – С. 9-39.

относится всё же не только к политическим, журналистским блогам и страницам в социальных сетях. Это общая тенденция средств Интернет-коммуникации.

На практике указанная особенность социальных сетей приводит к тому, что в условиях дезактуализации анонимности и свободного доступа данных в Интернете – любой коммуникативный акт может стать достоянием Интернет-аудитории. Данный феномен описывается некоторыми авторами⁷⁵ в рамках оппозиции виртуального эксгибиционизма-вуайеризма, связанной с интерактивностью и принципиальной открытостью коммуникативных процессов в Интернет-пространстве, которая удовлетворяет потребность в самоописании, самопрезентации (вплоть до гипертрофированных форм: например, освещения интимных сторон личной жизни) и в приобщении к чужой виртуальной жизни. Так, Чарльз Калверт высказал идею об «опосредованном эксгибиционизме», актуализируемом в средствах Интернет-коммуникации, который служит четырём целям: 1) самоопределению, 2) общественному утверждению, 3) развитию отношений, 4) социальному контролю⁷⁶.

Стратегии самопрезентации, ориентированные на построение публичности или приватности, преследуют противоположные цели, но при этом могут успешно сочетаться.

Пример подобной стратегии приводит А. Андреев. По его мнению, анонимность в Интернет-пространстве может быть направлена на то, чтобы «уравновесить субъективную потребность в приватности и откровенности с ситуацией открытости миру, в которой оказывается человек, выступающий в Интернете»⁷⁷. При этом пользователь всегда сохраняет за собой право и

⁷⁵ Миллер К., Шеферд Д. Ведение онлайн-дневника как социальное действие: жанровый анализ блогов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sociologist.nm.ru/articles/miller-shepherd.htm> (дата обращения 01.01.2014)

⁷⁶ Цит. по: Миллер К., Шеферд Д. Ведение онлайн-дневника как социальное действие: жанровый анализ блогов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sociologist.nm.ru/articles/miller-shepherd.htm> (дата обращения 01.01.2014)

⁷⁷ Цит. по: Горный Е.Н. Виртуальная личность как жанр творчества. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.netslova.ru/gornyy/vl.html> (дата обращения 24.05.2014)

возможность ограничения доступа другого в своё частное пространство; может в любой момент прервать коммуникацию (контакт) или сделать его вновь возможным.

Публичный характер самопрезентации может иметь целью привлечение внимания Другого к своему виртуальному образу путём размещения персональной информации, зачастую очень личной и частной; такая гипертрофированная публичность была названа Хилле Коскела «наделяющим силой эксгибиционизмом» (empowering exhibitionism)⁷⁸.

При публичном характере самопрезентации происходит десакрализация личного пространства по причине его открытости и доступности, что, как отмечают исследователи, может иметь негативные последствия для развития личности. «Публичная демонстрация интимной составляющей личности лишает человека индивидуальности, он становится посредственностью» - пишет В.А. Рахвалова.⁷⁹ Отметим, однако, что демонстрация определённых сторон личной жизни (даже частной информации) так же может являться средством развития личности и её качеств, в первую очередь, рефлексивности. Определяющее значение при этом имеет характер размещаемых в процессе самопрезентации материалов и раскрытие личностью своих творческих способностей.

К числу значимых характеристик самопрезентации личности в социальных сетях так же относится её текстуальный характер.

Так, Е.Н. Горный, характеризуя виртуальную личность, отмечает: «Виртуальная личность в узком смысле есть комплекс знаков, существующий в электронной среде, которая выступает носителем этих знаков»⁸⁰. Как мы можем видеть, создание виртуальной личности сводится

⁷⁸ Koskela H. Webcams, TV shows and mobile phones: Empowering exhibitionism. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www-surveillance-and-society.org/articles2\(2\)/webcams.pdf](http://www-surveillance-and-society.org/articles2(2)/webcams.pdf) (дата обращения 24.05.2014)

⁷⁹ Рахвалова В.А. Блогосфера как средство самовыражения молодого человека // Вестн. Бурят. гос. ун-та. – 2010. - №14. – с. 94.

⁸⁰ Горный Е.Н. Онтология виртуальной личности. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.netslova.ru/gorny/selected/ovl.html> (дата обращения 24.05.2014)

им к семиотической манифестации, то есть самопрезентации с помощью символических средств, в первую очередь, посредством осуществления текстуальных практик. В данном случае текст трактуется в широком культурологическом смысле как совокупность связанных между собой знаковых и символических средств или культурных кодов; даже фото- или видеоматериалы, размещаемые в ходе презентации, являются текстом. Однако в общем виде самопрезентацию посредством текстуальных практик можно свести к словесному самоописанию; данный канал самопрезентации является, наряду с визуальным, одним из ключевых⁸¹. Квинтэссенцией текстуальных практик самопрезентации в социальных сетях является микроблоггинг, принимающий формы заметок (записей) или индикаторов текущего состояния – в зависимости от конкретной социальной сети (например, «статус» - в социальной сети «ВКонтакте»). Максимальная длина подобного сообщения, как правило, составляет 140 символов. Небольшой размер таких заметок приводит к их частому отправлению; они отражают актуальное в ограниченных временных рамках состояние или действие индивида, в фокус внимания пользователя попадает лишь наличное – то, что происходит онлайн. Публикация заметок и сообщений в микроблоге максимально актуализирует такие свойства Интернет-коммуникации, как оперативность и интерактивность, которые становятся одними из ключевых характеристик самопрезентации личности в социальных сетях.

Но, пожалуй, главной коммуникативной особенностью микроблога является ограниченный размер отправляемых сообщений. Как пишет А.А. Ушаков: «Акцент на экономии языковых средств определяет архитектуру текстов в микроблоге, и более того, - вектор развития когнитивной парадигмы коммуниканта»⁸². Благодаря экономии языковых

⁸¹ Гримов О.А. Самопрезентация личности в социальных сетях // Социология. 2013. - №2. – с. 63.

⁸² Ушаков А.А. Интернет-дискурс как особый тип речи // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение. - 2010. - Вып. 4 (70). - с. 178.

средств актуализируется свойство лаконичности (афористичности), стимулирующее пользователя максимально чётко и кратко формулировать свою мысль, что активизирует его творческие способности в условиях наличной информационно-коммуникативной культуры.

Таким образом, благодаря оперативности и интерактивности коммуникации, социальные сети служат средством динамичной самопрезентации личности как практики перманентного самоизменения.

Все вышерассмотренные особенности и характеристики самопрезентации личности в социальных сетях, к которым мы относим социальный характер самопрезентации, стремительное размывание границ публичного и приватного, сводимость её к текстуальным практикам, динамичность (характеризуемая оперативностью и интерактивностью), приводят к тому, что в процессе самопрезентации в социальных сетях личность приобретает новые специфические черты и свойства, определяемые информационно-коммуникативной культурой социальных сетей.

Изучение онтологических особенностей репрезентации личности в новом информационно-коммуникативном пространстве социальных сетей представляется значимым в рамках нашего исследования с точки зрения описания структурных характеристик процесса самопрезентации личности и её определённых стратегий.

В статье «Онтология виртуальной личности» Е.Н. Горный отмечает основные свойства, которые личность приобретает в Интернет-пространстве. Е.Н. Горный выделяет следующие свойства виртуальной личности:

- 1) бестелесность, редукция личности к ее семиотическим манифестациям (т.е. к текстам в самом широком смысле);
- 2) анонимность, по крайней мере, возможность таковой;
- 3) расширенные возможности идентификации, свобода наделять виртуальную личность любым набором характеристик;
- 4) множественность, возможность иметь ряд различных виртуальных личностей одновременно или последовательно;

5) автоматизация, возможность полностью или частично симулировать активность виртуальной личности, используя компьютерные программы⁸³.

Данные свойства виртуальной личности понимаются Е.Н. Горным как неизбежно приобретаемые личностью в Интернет-пространстве. Однако, как мы полагаем, степень проявления данных свойств в структуре репрезентированного образа личности в социальных сетях может значительно варьироваться; некоторые свойства (например, анонимность) могут быть вовсе неактуальными. Поэтому предложенное Е.Н. Горным описание виртуальной личности применительно к социальным сетям нуждается в уточнении. Как мы полагаем, для системного изучения репрезентированного образа личности в социальных сетях его следует рассматривать как совокупность отношений к определённым свойствам, как степень проявления тех или иных переменных в структуре данного образа. Основываясь на анализе предложенных Е.Н. Горным характеристик виртуальной личности, мы можем выделить категории самопрезентации личности в социальных сетях, в дальнейшем называемые модусами репрезентации⁸⁴.

Рассмотрим их подробнее.

1) Модус телесности. Под ним нами понимается степень репрезентации телесного в структуре виртуальной личности. Е.Н. Горный наделяет виртуальную личность свойством бестелесности, сводя ее к семиотической манифестации как совокупности знаков и действий. Подобного мнения придерживается А.В. Хитров, который отмечает, что в Интернет-пространстве «заменителями телесности служат, прежде всего, различные визуальные практики: выкладывание собственных фотографий, выбор так называемых «аватаров» или «юзерпиков»⁸⁵. В данном случае мы понимаем

⁸³ Горный Е.Н. Онтология виртуальной личности. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.netslova.ru/gorny/selected/ovl.html> (дата обращения 24.05.2014)

⁸⁴ Гримов О.А. Самопрезентация личности в социальных сетях // Социология. 2013. - №2. – с. 64.

⁸⁵ Хитров А.В. Блог как феномен культуры. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/518/878/1219/05-Hitrov.pdf> (дата обращения 24.05.2014)

под телесностью совокупность реальных (физическая телесность) или символических (виртуальная телесность или квази-телесность) – физиологических и антропометрических характеристик индивида, а также различных действий, направленных на поддержание его жизненных функций⁸⁶. В социальных сетях речь может идти только о виртуальной телесности, репрезентируемой символическими практиками (размещение личных фото- и видеоматериалов).

2) Модус идентичности. Идентичность конструируется благодаря разнообразным стратегиям самопрезентации. Их многообразие, реализуемое личностью в различных коммуникативных ситуациях, обуславливает сложный и вариативный характер самопрезентации в социальных сетях.

При этом речь идёт именно о динамичности самопрезентации личности как её перманентном самоконструировании, а не о построении альтернативной идентичности, имеющем, как мы установили, потенциальный, но не актуальный характер⁸⁷.

3) Модус интенциональности. Под интенциональностью здесь нами понимается направленность коммуникации. Социально-сетевая коммуникация отличается потребностью в обратной связи, то есть в собеседнике или читателе. Как отмечают М.М. Лукина и И.Д. Фомичёва, направленность действия коммуникантов может иметь следующие конфигурации:

- от одного к одному: электронная почта;
- от одного к многим: рассылка модератором электронных писем участникам сообщества;
- от многих к одному: различные «прямые линии», онлайн-конференции;

⁸⁶ Гримов О.А. Самопрезентация личности в социальных сетях // Социология. 2013. - №2. – с. 64.

⁸⁷ Гримов О.А. Самопрезентация личности в социальных сетях // Социология. 2013. - №2. – с. 65.

- от многих ко многим: участие в форумах⁸⁸.

В социальных сетях можно встретить различные конфигурации коммуникации. В условиях самопрезентации в социальных сетях происходит адресование своего персонального профиля множеству других пользователей – участников коммуникации⁸⁹.

Иными словами, одним из значимых свойств виртуальной личности является принципиальная диалогичность. Однако, как утверждает А.В. 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»⁹⁰. Сознание Другого, по мнению А.В. Хитрова, ценно тем, что «оно делает моё собственное сознание другим по отношению ко мне»⁹¹. Свойство автодиалогичности определяет рефлексивность виртуальной личности, развивая её стремление к самоанализу и саморазвитию. Подобного мнения придерживается Н.В. Чудова: «Интернет предоставляет уникальную возможность совместить коммуникацию и автокоммуникацию: тексты, посылаемые другому, одновременно становятся доступны и адресату и адресанту»⁹².

Самопрезентация в социальных сетях, как динамичный коммуникативный процесс, отличается оперативностью и принципиальной интерактивностью, независимо от направленности (конфигурации) коммуникации⁹³.

4) Модус креативности. Креативность выступает важнейшим модусом репрезентации личности в социальных сетях, выступая по отношению к трём

⁸⁸ Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве Интернета. - М. - 2005. – с. 80.

⁸⁹ Гримов О.А. Самопрезентация личности в социальных сетях // Социология. 2013. - №2. – с. 65.

⁹⁰ Хитров А.В. Блог как феномен культуры. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/518/878/1219/05-Hitrov.pdf> (дата обращения 24.05.2014)

⁹¹ Там же

⁹² Чудова Н.В. Особенности образа Я "жителя" интернета. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.psychology.ru/internet/ecology/07.stm> (дата обращения 24.05.2014)

⁹³ Гримов О.А. Самопрезентация личности в социальных сетях // Социология. 2013. - №2. – с. 65.

рассмотренным выше своего рода «стержнем». Несмотря на то, что во всех своих компонентах (построение идентичности, выбор коммуникативного стиля) репрезентация является творческим (креативным) процессом, степень креативности в самопрезентации может варьироваться. Креативность трактуется нами как степень присутствия творческого начала в самопрезентации. Креативность может выражаться также в различных, относительно неформализованных способах самопрезентации личности, возможности размещения продуктов собственного творчества и т.д. (посты в блоге, записи, статусы в социальных сетях, в меньшей степени – межличностная коммуникация, как правило, не предполагающая публичности). Речь идет, в том числе, о выходе за заданные рамки самокатегоризации, открывающие простор для творчества, но в то же время ограничивающие и формализующие его⁹⁴.

5) Модус объектности. Объектность в данном случае описывает не деятельностный, а онтологический статус виртуальной личности, который определяется её активностью и местом в системе виртуальной коммуникации. В целом объектность нами определяется через оппозицию реального и виртуального. Как отмечает Е.Н. Горный, «виртуальная личность есть объект, которому приписываются качества субъекта, но статус существования которого не определён. «Виртуальное» здесь обозначает нейтрализацию между «реальным» и «нереальным»⁹⁵. Соглашаясь с данной точкой зрения, добавим, однако, что виртуальная личность репрезентирует личностью реальную, как следствие, находясь с последней в тесной взаимосвязи. Соотношение субъектного и объектного в структуре виртуальной личности в значении отношения к её создателю может регулироваться применением различных автоматизированных систем,

⁹⁴ Гримов О.А. Самопрезентация личности в социальных сетях // Социология. 2013. - №2. – с. 65.

⁹⁵ Горный Е.Н. Онтология виртуальной личности. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.netslova.ru/gorny/selected/ovl.html>
(дата обращения 24.05.2014)

способных поддерживать коммуникацию (например, спам-боты). Субъектный статус виртуальной личности, при котором она воспринимается не просто как репрезентация, а как реальный самостоятельный субъект, возможен при значительном обособлении от её создателя. В остальных случаях виртуальную личность можно рассматривать лишь как объект, точнее как репрезентированный образ реальной личности, служащий средством коммуникации в социальных сетях⁹⁶.

Модусы репрезентации личности взаимосвязаны и взаимообуславливают друг друга; их можно рассматривать как наиболее общие характеристики, описывающие пребывание личности в социальных сетях.

Подводя итог параграфа, мы можем отметить, что фундаментальными характеристиками и особенностями самопрезентации личности в социальных сетях, являются:

- социальный характер;
- стремительное размывание границ публичного и частного;
- сводимость самопрезентации к текстуальным практикам;
- динамичность (сводимая к оперативности и интерактивности).

Нами установлено, что провозглашённые идеологией WEB 1.0 свойства Интернет-коммуникации (в первую очередь, анонимность и построение альтернативной идентичности) не получают широкого распространения в социальных сетях. Игра идентичностей в них в основном не актуальна; напротив, личность в рамках самопрезентации в социальных сетях стремится к самоутверждению путём репрезентации своих подлинных характеристик. Самопрезентация, будучи онтологическим базисом личности и начальной формой социокоммуникативной деятельности, определяет возможности осуществления более сложных форм сетевых взаимодействий и

⁹⁶ Гримов О.А. Самопрезентация личности в социальных сетях // Социология. 2013. - №2. – с. 66.

информационно-коммуникативных практик, составляющих сущность социокультурных практик самоконструирования личности, которые будут раскрыты нами в следующем параграфе.

§1.3. Социокультурные практики в социальных сетях как средство творческого самовыражения личности

Самопрезентация, рассмотренная нами в предыдущем параграфе, как фундаментальная коммуникативная практика личности в социальных сетях, обуславливает возможность осуществления разнообразных форм социокультурной деятельности, а также характер механизмов их реализации.

Прежде чем раскрыть сущность и содержание социокультурных практик, реализуемых личностью в социальных сетях, обратимся к анализу их ключевых технологических, социальных и культурологических характеристик.

Социальные сети являются широко распространённым средством Интернет-коммуникации и занимают важнейшее место в пространстве информационно-коммуникативной культуры.

Широкое распространение социальных сетей началось в 2003г., когда были запущены социальные сети «MySpace», «Hi5», «LinkedIn», и особенно после создания 4 февраля 2004г. Марком Цукербергом социальной сети «Facebook», к началу 2014г. насчитывавшей более 1 млрд. человек⁹⁷. Одной из наиболее популярных социальных сетей является также созданный в марте 1999г. Брэдом Фицпатриком проект «Livejournal». К началу 2013г. аудитория «Livejournal» насчитывала более 40 млн. пользователей⁹⁸. Новым трендом с 2006г. стал синтез блоггинга и социальной сети, реализованный в

⁹⁷ Электронный ресурс: <http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=821954> (дата обращения 24.05.2014)

⁹⁸ Электронный ресурс: <http://www.livejournal.com/stats.bml> (дата обращения 01.03.2014)

сервисе «Twitter», быстро набравшем популярность - к сентябрю 2011г. число активных пользователей достигло 100 млн.⁹⁹

В русскоязычном сегменте социальных сетей наиболее популярны «ВКонтакте» (основана в 2006г., аудитория на январь 2014г. – около 250 млн. человек¹⁰⁰), «Одноклассники.ру» (сайт открыт в 2006г., в январе 2013г. количество пользователей составило около 205 млн. человек¹⁰¹). К крупнейшим российским социальным сетям относят также «Мой Мир@mail.ru», «Мой Круг», «Я.ру».

Актуальным становится вопрос определения причин повсеместного распространения и обширной аудитории социальных сетей. В первую очередь, общественная значимость и влияние социальных сетей связаны с рядом выполняемых ими функций и предоставляемых возможностей.

М. Реуцкий выделяет пять главных потребностей, которые удовлетворяют социальные сети¹⁰²:

1) потребность в стимуляции – под ней понимается, в первую очередь, внимание и интерес со стороны других пользователей;

2) потребность в событиях – актуализируется в обновлении и «перезагрузке» отношений внутри социальной сети посредством удаления из своего контакт-листа неактивных и незначимых пользователей;

3) потребность в узнавании – при узнавании со стороны других лиц поддерживается самоидентификация личности;

4) потребности в достижениях и признании - связаны с самовыражением и самоактуализацией личности;

5) потребность в структурировании времени - выступает побочным эффектом жизнедеятельности и коммуникации личности, нуждающейся в различных способах времяпрепровождения и их относительной динамике.

⁹⁹ Электронный ресурс: <http://lenta.ru/news/2011/09/09/tweetup/> (дата обращения 24.05.2014)

¹⁰⁰ Электронный ресурс: <https://vk.com/catalog.php> (дата обращения 24.05.2014)

¹⁰¹ Электронный ресурс: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Одноклассники_\(социальная_сеть\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Одноклассники_(социальная_сеть)) (дата обращения 01.03.2014)

¹⁰² Электронный ресурс: <http://psyfactor.org/lib/web-4.htm> (дата обращения 24.05.2014)

По данным социологического исследования, проведённого в 2010г. Всероссийским центром изучения общественного мнения¹⁰³, основными причинами популярности социальных сетей являются предоставляемые сервисом возможности: общение, поиск новых друзей и поддержка отношений с близкими. Кроме широких коммуникативных возможностей выделяют также возможность поиска информации и размещения резюме для работодателя.

Как мы полагаем, выделенные М. Реуцким потребности, удовлетворяемые в социальных сетях, отражают содержание наиболее типичных повседневных коммуникативных Интернет-практик индивида; в то время как в данных исследования ВЦИОМ обозначены в большей степени утилитарные аспекты коммуникации в социальных сетях; однако данным исследованиям, на наш взгляд, не хватает глубины и комплексности. В частности, в них не отражён социокультурный аспект социальных сетей, характеризующий их влияние на самоосуществление личности. Для точного понимания коммуникативных и социокультурных особенностей социальных сетей необходим всесторонний анализ их функций. Глубокий анализ функциональных особенностей наиболее близкого социальным сетям веб-сервиса – блогов – провёл В.Л. Волохонский, который выделил следующие функции блогов: функцию самопрезентации, функцию развлечения, функцию сплочения и удержания социальных связей, функцию мемуаров, функцию саморазвития или рефлексии, психотерапевтическую функцию¹⁰⁴. Данные функции всесторонне отражают широкие возможности блогов, как утилитарные, так и способствующие личностному самовыражению. Отталкиваясь от анализа В.Л. Волохонского, можно обнаружить, что, по причине сходства коммуникативной сущности и проявлений блогов

¹⁰³ Электронный ресурс: <http://wciom.ru/index.php?id=266&uid=13503> (дата обращения 24.05.2014)

¹⁰⁴ Волохонский В.Л. Психологические механизмы и основания классификации блогов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. СПб.: Издательство СПбГУ, 2006. – С. 117-131.

социальных сетей, последние выполняют подобные функции. Раскроем далее их сущность, расположив их, как мы полагаем, в порядке убывания значимости.¹⁰⁵

1) Функция самопрезентации заключается в размещении личной информации (в формате текстуальных и мультимедийных практик) на своей странице информации с целью построения определённой идентичности. Содержание самопрезентации в социальных сетях раскрыто нами в предыдущем параграфе.

2) Функция сплочения и удержания социальных связей – социальные сети предоставляют значительные возможности для поиска, развития и поддержания социальных контактов. Отдельно отметим рассмотренную В.Л. Волохонским на примере блогов возможность отложенной многопользовательской коммуникации, способствующей организации рабочего взаимодействия, – актуальную, в том числе, в социальных сетях. Первоначально функция сплочения и удержания социальных связей являлась ключевой в социальных сетях (например, в социальной сети «Classmates.com»).

3) Функция рефлексии – ведение аккаунта в социальной сети активизирует автодиалогичность и рефлексивность личности благодаря необходимости поддерживания социальных отношений внутри Сети и выработке определённых коммуникативных стратегий. Рефлексивность определяет предварительный отбор языковых средств в коммуникации (как межличностной, так и в публичных записях – например, микроблоге) и способствует творческому развитию личности. Также в социальных сетях появляется возможность самопознания, при анализе и сопоставлении себя с созданным виртуальным Я-образом, даже если он недалёк от реальности.

4) Функция мемуаров – отчётливо прослеживается только в тех социальных сетях, которые предполагают ведение блога, где есть

¹⁰⁵ Гримов О.А. Корявко Г.Е. Природа и специфика конструктивной активности субъекта в социальных сетях // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №3 (42). Часть 2. – С. 210.

возможность опубликовать заметку или разместить продукты художественного творчества.

5) Психотерапевтическая функция – основана на межличностной коммуникации и возможности размещения определённого фото- или видеоотчёта о тех или иных значимых для индивида событиях. Психотерапевтическую функцию также могут оказывать публичные страницы или сообщества, созданные с целью размещения различных материалов, носящих, как правило, мотивирующий характер. В таких сообществах индивид может получить ощущение причастности и поддержки, а также собственной значимости благодаря обмену опытом и жизнеутверждающему характеру публикуемых материалов.

б) Функция развлечения связана, в основном, с различными игровыми приложениями, развлекательно-досуговыми сообществами.

Как мы полагаем, социальные сети выполняют также две важные функции, не выделенные В.Л. Волохонским:

- познавательная функция – обеспечивается благодаря свободному доступу к различным информационным источникам;

- функция социализации. Социальные сети способствуют социализации индивида в процессе усвоения им определённых социальных норм и ценностей, паттернов социокоммуникативной деятельности и т.д.

Вместе с тем, полагаем необходимым выделить коммуникативную функцию социальных сетей, которая является обобщением всех вышеперечисленных, так как коммуникация служит в социальных сетях базовой (интегральной) практикой, включающей в себя все остальные виды деятельности и активности¹⁰⁶.

Отметим, что рассмотренные выше функции блогов, которые составили основу нашей классификации функций социальных сетей,

¹⁰⁶ Гримов О.А. Корявко Г.Е. Природа и специфика конструктивной активности субъекта в социальных сетях // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №3 (42). Часть 2. – С. 210.

В.Л. Волохонский выделил на основе изучения веб-сервиса «Живой Журнал» («Livejournal»), при этом акцентировал внимание на «блоговых» качествах и характеристиках данного веб-сайта, т.е. рассматривал его только как блог-платформу, что недостаточно точно. Существует значительное количество веб-сервисов (в их числе – «Livejournal», «Twitter», «LiveInternet»), которые не являются социальными сетями в полном смысле этого слова, но обладают многими их чертами. Как правило, эти сервисы совмещают в себе свойства социальной сети и блога, и могут быть с равной степенью основания причислены и к тому, и к другому средству коммуникации¹⁰⁷ – данные веб-сервисы так же являются объектом нашего исследования, как и «классические» социальные сети. («ВКонтакте», «Одноклассники.ру», «Facebook»). При этом будем акцентировать внимание, в основном, на социально-сетевых характеристиках данных веб-сайтов.

Таким образом, во многом социальные сети похожи на блоги, что объясняет сходство их функций и коммуникативных возможностей. Но, в отличие от блога – личного виртуального дневника, социальная сеть ориентирована в большей степени на межличностную коммуникацию¹⁰⁸.

Важным при изучении социальных сетей является концепт «социальная сеть», относящийся к социологической теории и служащий для обозначения социальной структуры, состоящей из группы узлов, которыми являются социальные субъекты (общность, социальная группа, индивид). Социальная сеть в таком понимании является отражением существующих связей между людьми, при этом подразумевается, что связи носят горизонтальный неиерархичный характер, однако используется она и для обозначения структуры формальной организации, в первую очередь, в экономической социологии. Такая социальная сеть не носит ни формальный, ни неформальный характер – она является лишь моделью тех или иных

¹⁰⁷ Гримов О.А. Корявко Г.Е. Социальные сети в системе информационно-коммуникативных технологий // Учёные Записки РГСУ. 2012. - №2 (102). – С. 183.

¹⁰⁸ Там же

социальных отношений¹⁰⁹. Определяющее значение в структуре социальной сети имеет характер связи между узлами. Социальная сеть в такой трактовке сводится к инструменту описания формализованных признаков и характеристик социального взаимодействия без глубокого анализа их содержания; социально-сетевой анализ обслуживается математическим аппаратом теории графов, который является средством визуализации социальных субъектов (акторов) и их взаимодействия¹¹⁰.

Уникальные пространственно-временные характеристики социальных сетей определяют специфику реализуемых в них социальных практик. Социальное время в социальных сетях можно определить как длительность пребывания в них в режиме реального времени. Социальное пространство социальных сетей имеет виртуальную природу и является частью пространства информационно-коммуникативной культуры; его сущность определяется вынесенными в виртуальную среду социальными связями и отношениями¹¹¹.

В совокупности социальное время и социальное пространство социальных сетей составляют особый пространственно-временной континуум, который имеет свои характерные черты. Особенности разворачиваемого в социальных сетях пространственно-временного континуума заключаются в свёрнутости его в одной точке¹¹². Как пишет Д.Л. Сиволов: «...Интернет ...создал широчайшие возможности... для сокращения социального пространства до размеров «глобальной деревни»¹¹³. В основном, это сводится к преодолению пространственно-временных границ и созданию в социальных сетях единого социокультурного

¹⁰⁹ Гримов О.А. Кравчук П.Ф. Личность в условиях информационно-коммуникативной культуры // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №6 (45). - с. 177.

¹¹⁰ Там же

¹¹¹ Гримов О.А. Корявко Г.Е. Природа и специфика конструктивной активности субъекта в социальных сетях // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №3 (42). Часть 2. – С. 210-211.

¹¹² Гримов О.А. Корявко Г.Е. Природа и специфика конструктивной активности субъекта в социальных сетях // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №3 (42). Часть 2. – с. 211.

¹¹³ Сиволов Д.Л. Интернет-сайт как предмет социологического исследования: метод анализа интерактивных документов // Вестник Челябинского государственного университета. - 2007. - №16. - с. 140.

пространства, участники которого полностью равны в своих правах и возможностях.

Высокая информационная плотность социальных сетей, наполненных разрозненными и мозаичными информационными элементами, определяет единовременный характер осуществляемых коммуникативных практик. В таких условиях актуализируется онлайн-коммуникация, когда в поле внимания коммуниканта попадают только те пользователи, которые в данный момент времени находятся в Сети¹¹⁴.

Дезактуализация гео-темпоральных ограничений в социальных сетях отражает формирование особого виртуального пространства информационно-коммуникативной культуры, ресурсный потенциал которого обеспечивает широкие возможности осуществления личностью различных социальных практик. Так, Н.А. Сляднева отмечает: «В Интернет-пространстве наряду с традиционными ресурсами (их можно обозначить как информационно-содержательные) возникли и занимают все большее место ресурсы информационно-деятельностные»¹¹⁵. Иными словами, одной из главных социокультурных особенностей социальных сетей является виртуализация всевозможных видов деятельности, осуществляемых в информационно-коммуникативном пространстве (межличностная коммуникация, учёба, игра, политика и т.д.), что способствует росту культурно-деятельностных ресурсов социальных сетей.

Культурный плюрализм социальных сетей формирует мозаичность повседневных социальных практик. При этом культура трактуется как система мозаично-фрагментарных представлений о мире, формируемая у индивида под воздействием хаотичного потока разнообразной

¹¹⁴ Гримов О.А. Пространственно-временной континуум социальных сетей // Политика и общественные науки в эпоху глобализации: материалы международного научного форума / Институт фундаментальных исследований. – Харьков: ИФИ, 2012. – с. 201.

¹¹⁵ Сляднева Н.А. Информационные ресурсы в информационном обществе: онтологический статус и методология // Информационные ресурсы России. - М.: Российское энергетическое агентство Минэнерго РФ- 2009. - Вып. 1. - с. 10.

информации¹¹⁶. Подобного мнения придерживается и А.И. Шипицин: «С культурологической точки зрения рост популярности социальных сетей – хаотических потоков визуальной (в подавляющем большинстве) краткосрочной информации ... такой же феномен глобальной культуры постмодерности, как и фэнтезийно-комиксовый кинематограф, гламурная реклама и т.д.»¹¹⁷.

В социальных сетях мозаично-фрагментарный характер информации закреплён, в первую очередь, в ленте новостей, которая представляет собой постоянно регенерируемый список обновлений статусов или сообщений тех друзей пользователя, которые включены в его френд-лист. Широкий доступ к сервисам досуга и развлечения, возможность одновременной коммуникации с несколькими собеседниками также отражают мозаичность социальных практик в социальных сетях¹¹⁸.

Отметим, что виртуальность, отсутствие смысловой целостности и, отчасти, симулятивный характер осуществляемой в социальных сетях деятельности, несмотря на массовую тенденцию, в конечном итоге не предполагают стандартизации личностного самовыражения; особенности реализации определённых потенциалов зависят в основном от самой личности.

Мозаичность информационно-коммуникативной культуры социальных сетей формирует особые требования к личности, актуализируя её мобильность и интерактивность в условиях естественного ускорения темпа жизни современного общества, готовность к изменениям и творческому развитию. В условиях фрагментарного социокультурного опыта в социальных сетях также актуализируется востребованность информационной культуры личности. Её актуальность в социальных сетях обусловлена

¹¹⁶ Гримов О.А. Кравчук П.Ф. Личность в условиях информационно-коммуникативной культуры // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №6 (45). – с. 180.

¹¹⁷ Шипицин А.И. Социально-культурный генезис феномена онлайн-социальных сетей // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2011. - №9 (63) – с. 30.

¹¹⁸ Гримов О.А. Кравчук П.Ф. Личность в условиях информационно-коммуникативной культуры // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №6 (45). – с. 180.

огромными массивами различной неструктурированной информации – от профессиональных, творческих и политических дискуссий до комиксов и порнографических материалов¹¹⁹.

Рассмотренные выше особенности социальных сетей – (отсутствие пространственно-временных ограничений, виртуализация всевозможных видов деятельности, мозаичность информационных потоков) – определяют характер реализации личностью определённых социальных практик. Личность в социальных сетях проявляет себя как субъект коммуникации, конституирующей социальную реальность.

Базисом всех социальных практик личности в социальных сетях является коммуникация. При этом, как пишет Е.И. Горошко, «коммуникация является не просто процессом обмена информацией, это процесс создания некой общности, в котором осмысливается любая информация и затем соотносится со смыслами всех участников коммуникативных взаимодействий, создавая, таким образом, определённую степень взаимопонимания, а также совместное смыслообразование или смыслогенерирование»¹²⁰.

Творческие механизмы генерации и воспроизводства социальной реальности (в виде идей, образов, смыслов) в процессе осуществления коммуникативных практик являются главным критерием самореализации личности в информационно-коммуникативном пространстве.

Рассматриваемые нами коммуникативные практики являются разновидностью социальных практик – как родового понятия.

Изучение и концептуализация социальных практик имеет давнюю историю; данное понятие подробно раскрыто в социологической литературе. В самом общем виде под социальной практикой в социологии понимается

¹¹⁹ Гримов О.А. Кравчук П.Ф. Личность в условиях информационно-коммуникативной культуры // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №6 (45). – с. 180-181.

¹²⁰ Горошко Е.И. Информационно-коммуникативное общество: становление и перспектива развития // Учёные записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. - Серия «Философия. Культурология. Политология. Социология». - Том 22 (61). - 2009. - №1. – с. 95.

деятельность социального субъекта (индивида, группы) по преобразованию социальной действительности.

Переход от общего понимания социальной практики как социально-преобразовательной деятельности к акцентуации на её всеобщем структурирующем характере и соотнесённости с агентом связан, в первую очередь, с именем П. Бурдьё, который трактует социальные практики как конструируемые в конкретном социальном поле и обусловленные габитусом (совокупностью структурирующих диспозиций личности) поведенческие акты, как осмысленные, так и неосознанные¹²¹. «Практика – это всё то, что социальный агент делает сам и с чем он встречается в социальном мире» - резюмирует Н.А. Шматко в «Послесловии» к манифесту теории практик - книге П. Бурдьё «Практический смысл»¹²².

Исследователями отмечается также прямая связь социальных практик и институтов, которая отражает продуцирование социальных институтов практиками в процессе «опривычивания» (габитуализации) социальных действий и их дальнейшей институционализации. Так, Н.Л. Антонова определяет социальную практику как «совокупность действий и взаимодействий индивидов, групп, общностей, организаций во времени и в пространстве, обеспечивающая устойчивое функционирование социальных институтов»¹²³.

В приведённых определениях затронуты такие важные характеристики социальных практик, как их фундированность субъективными представлениями и диспозициями, социально-преобразовательный аспект, структурирование социальной реальности и «производство» социальных институтов – что обладает значимой методологической ценностью в рамках нашей работы для спецификации механизмов и сущности социокультурной

¹²¹ Бурдьё П. Практический смысл. - СПб.: Алетейя, 2001. — 562с.

¹²² Шматко Н.А. «Послесловие» к книге П.Бурдьё «Практический смысл». — СПб.: Алетейя, 2001. — с. 552.

¹²³ Антонова Н.Л. Социальная практика: теоретико-методологические основания исследовательского анализа // Известия Уральского государственного университета. Серия 3. Общественные науки. - №4(70). - 2009. - с. 97.

деятельности личности в социальных сетях. Однако существенное развитие вышеизложенных идей представлено в определении социальных практик В.И. Добренькова и А.И. Кравченко, которые дефинируют их как «совокупность принятых в культуре (традиционных) способов деятельности, навыков обращения с различными предметами; мышление или действие «по привычке», следование правилу, поведение, имеющее ритуальный характер, частные социальные институты»¹²⁴. В данном определении отражены такие принципиальные для нас характеристики социальных практик, как укоренённость способов их реализации в наличной культуре, а также рутинизация их в контексте локально-институциональных норм. Благодаря данному уточнению мы можем рассматривать пространство информационно-коммуникативной культуры социальных сетей как сферу функционирования наличных культурно фундированных паттернов, носящих институциональный характер и структурирующих социокультурную деятельность личности посредством её габитуализации.

Вместе с тем, понятие «социокультурные практики», которым мы будем пользоваться в дальнейшем и которое выступает уточнением и развитием понятия «социальные практики», концептуализировано в гораздо меньшей степени. В основном, применение данного термина обусловлено дополнительной акцентуацией на культурном характере социальной деятельности индивида. Так, А.В. Соловьёв отмечает, что «социокультурная практика – это любая форма активности, проявляющаяся в социокультурной системе»¹²⁵. Иными словами, в концепт «социальные практики» в качестве значимого компонента включается культурный аспект. В контексте введённого нами в настоящем исследовании уточнения термина «информационно-коммуникативная культура» и на основе синтеза определений В.И. Добренькова, А.И. Кравченко и А.В. Соловьёва мы можем

¹²⁴ Добреньков В.И., Кравченко А.И. Социология: В 3 т. Т. 3: Социальные институты и процессы. - М.: ИНФРА-М, 2000. – с. 281.

¹²⁵ Соловьёв А.В. Прикладная культурология: учебно-методическое пособие. Ряз. гос. ун-т им. С.А. Есенина.— Рязань, 2005. — с. 5.

предложить следующее определение социокультурных практик применительно к предмету нашего исследования: социокультурные практики личности в социальных сетях – совокупность культурно обусловленных (на основе целей, ценностей, личностного потенциала) типизированных (сознательных и неосознанных) социальных действий и взаимодействий личности в пространстве информационно-коммуникативной культуры.

Социокультурные практики (в основе своей – коммуникативные), выступающие средством творческого самовыражения личности в социальных сетях, в совокупности мы называем самоконструированием.

Данное понятие является достаточно распространённым в научном дискурсе, однако не имеет единого значения, которое определяется, как правило, контекстом употребления и дисциплинарной принадлежностью исследования. В качестве рабочего определения в рамках нашего исследования мы можем предложить следующее: самоконструирование – процесс формирования целостного комплекса статических и деятельностно-поведенческих (динамических) характеристик и свойств, репрезентирующих индивида в пространстве информационно-коммуникативной культуры социальных сетей в ходе осуществления разнообразных социокультурных практик. В общем виде на социально-теоретическом уровне самоконструирование в социальных сетях сводится к бытию личности в их среде и не предполагает обязательного сознательного, целенаправленного характера данного процесса. Выделение концепта «самоконструирование» применительно к социальным сетям позволяет объективировать информационно-коммуникативное пространство социальных сетей как совокупность детерминант социально-конструктивной деятельности личности в социальных сетях. Бытие личности в социальных сетях в нашем понимании не является альтернативным, виртуальным по отношению к реальному, а служит своего рода дополнительным средством, каналом актуализации реальных социокультурных практик. Рассматриваемое нами пространство информационно-коммуникативной культуры является

предельно общим контекстом социокультурной деятельности личности. При этом конкретные уровни (которые будут рассмотрены нами подробнее) социокультурной деятельности личности в социальных сетях выступают локальным контекстом самоконструирования – то есть своеобразным срезом пользовательской активности, обусловленной степенью социокультурной интеграции личности в социальную сеть.

Детерминантами самоконструирования выступают: ценностно-целевые интенции личности, которые входят в её информационную культуру, наличная информационно-коммуникативная культура как совокупность транслируемых культурных паттернов и образцов, а также творческий потенциал личности, который «увязывает» личностные интенции и средовые механизмы на уровне непосредственной реализации социокультурных практик. Данные детерминанты фундируют каждый уровень самоконструирования личности, определяя конкретные процедуры его реализации.

Структуру самоконструирования личности в социальных сетях можно представить следующими 2-мя уровнями по основанию степени социокультурной интеграции личности в социальную сеть:

1) уровень личностно-деятельностных практик отражает реализуемые в информационно-коммуникативном пространстве социальных сетей социокультурные практики личности, характеризующие содержательно-деятельностную сущность пребывания её в социальных сетях, при котором социальные сети выступают как средство такой деятельности;

2) сетевые взаимодействия в сообществах – как потенциально высшая форма осуществления коллективной деятельности, укладывающаяся в рамки парадигмы развития интернет-технологий и программного обеспечения, ориентированного на консолидацию усилий учёных, профессионалов и творческой интеллигенции по созданию высококачественного контента в принципиально новой информационной среде.

Самопрезентация личности, как нами уже упоминалось, несмотря на социально-конструктивную значимость, является всё же базовым (начальным) уровнем вхождения личности в социальную сеть. Рассмотренные выше уровни располагаются по мере усложнения форм социальности (хотя отчасти могут пересекаться и быть взаимно обусловленными коммуникативной природой социальных сетей) и являются более сложными формами социокультурных практик. Все уровни самоконструирования характеризуются интерактивным характером коммуникации, однако степень актуализации интерактивности (проявляемой в данном случае через форму социальности) объективируемых в них социокультурных практик существенно отличается.

Рассмотрим подробнее данные уровни самоконструирования.

Личностно-деятельностные практики определяются нами как следующий после самопрезентации уровень реализации социокультурных практик личности, сводимый к осуществлению разнообразной (коммуникативной, досуговой, творческой и т.д.) деятельности в социальных сетях, которая характеризуется личностной социальностью (субъектом деятельности выступает личность). На данном уровне степень выраженной интеграции личности в виртуальный социум выше, чем при самопрезентации, но так же невысока и может быть в значительной мере ограничена; связь с социумом (другими пользователями в сети) не носит обязательного характера.

При осуществлении личностно-деятельностных практик другие пользователи могут выступать средством их (практик) реализации – личностно-деятельностные практики, как правило, основаны на межсубъектных отношениях, но фундированная ими коммуникация не имеет характера институционализированных сетевых взаимодействий, которые определяют самоконструирование на уровне сетевых сообществ.

Результатом реализации личностно-деятельностных практик выступают конкретные результаты социокультурной деятельности – достигнутые цели и удовлетворённые потребности в социальных сетях.

Высшим уровнем самоконструирования в социальных сетях является непосредственная интеграция личности в виртуальный социум, выступающая в форме институционализированных сетевых взаимодействий в сетевых сообществах, характеризующихся коллективной социальностью и являющихся способом самоорганизации индивидов, направленной на коллективное достижение тех или иных социокультурных целей.

Локальный контекст данного уровня определяется предельно высоким уровнем социально-праксеологического обобщения (т.е. самоконструированием в intersubъективной среде). Результатом самоконструирования на данном уровне выступают совместно реализуемые социокультурные практики. Именно на уровне сетевых сообществ информационно-коммуникативная культура в наибольшей степени является не только средой и фактором, но и продуктом, производимым и воспроизводимым в социокультурных практиках.

Структура самоконструирования личности в социальных сетях отличается последовательной взаимообусловленностью уровней (от самопрезентации к сетевым взаимодействиям в сообществах): каждый последующий уровень обусловлен предыдущим и является невозможным без его предварительной реализации. Однако гибкая структура информационно-коммуникативной культуры предоставляет возможность изменения и постоянной регенерации уже осуществлённых уровней; возможна также их одновременная реализация, взаимовлияние и обратная связь. Данные уровни являются условными и теоретически могут пересекаться; один и тот же акт может относиться к разным уровням. Однако выделение уровней самоконструирования определяется необходимостью спецификации субъектно-средовых механизмов самоконструирования личности, обусловленных преобладающей формой социальности – и, как следствие,

типов социокультурной деятельности. Общая схема самоконструирования личности в социальных сетях представлена на Рис. 1.

Пребывание личности как субъекта в социальных сетях на каждом уровне самоконструирования может быть раскрыто через набор определённых коммуникативных актов, которые изменяют наличное состояние субъекта и формируют ткань его повседневной творческой активности в социальных сетях, характеризующейся диалектическим единством производства и потребления социокультурных отношений и практик, посредством которых личность развивается и самореализуется.

Социокультурные практики, посредством которых осуществляется процесс перманентного самоконструирования личности в социальных сетях, по сути, сводятся к реализации различных практик повседневности, обусловленных вынесением их из мира обыденного в мир виртуальный. Повседневные практики в социальных сетях заключаются в попытках придать своему виртуальному бытию черты реальной жизни, своеобразный распорядок¹²⁶; данная потребность сходна с потребностью в структурировании времени в вышеприведённой классификации М. Реуцкого.

¹²⁶ Гримов О.А. Корявко Г.Е. Природа и специфика конструктивной активности субъекта в социальных сетях // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №3 (42). Часть 2. – с. 213.

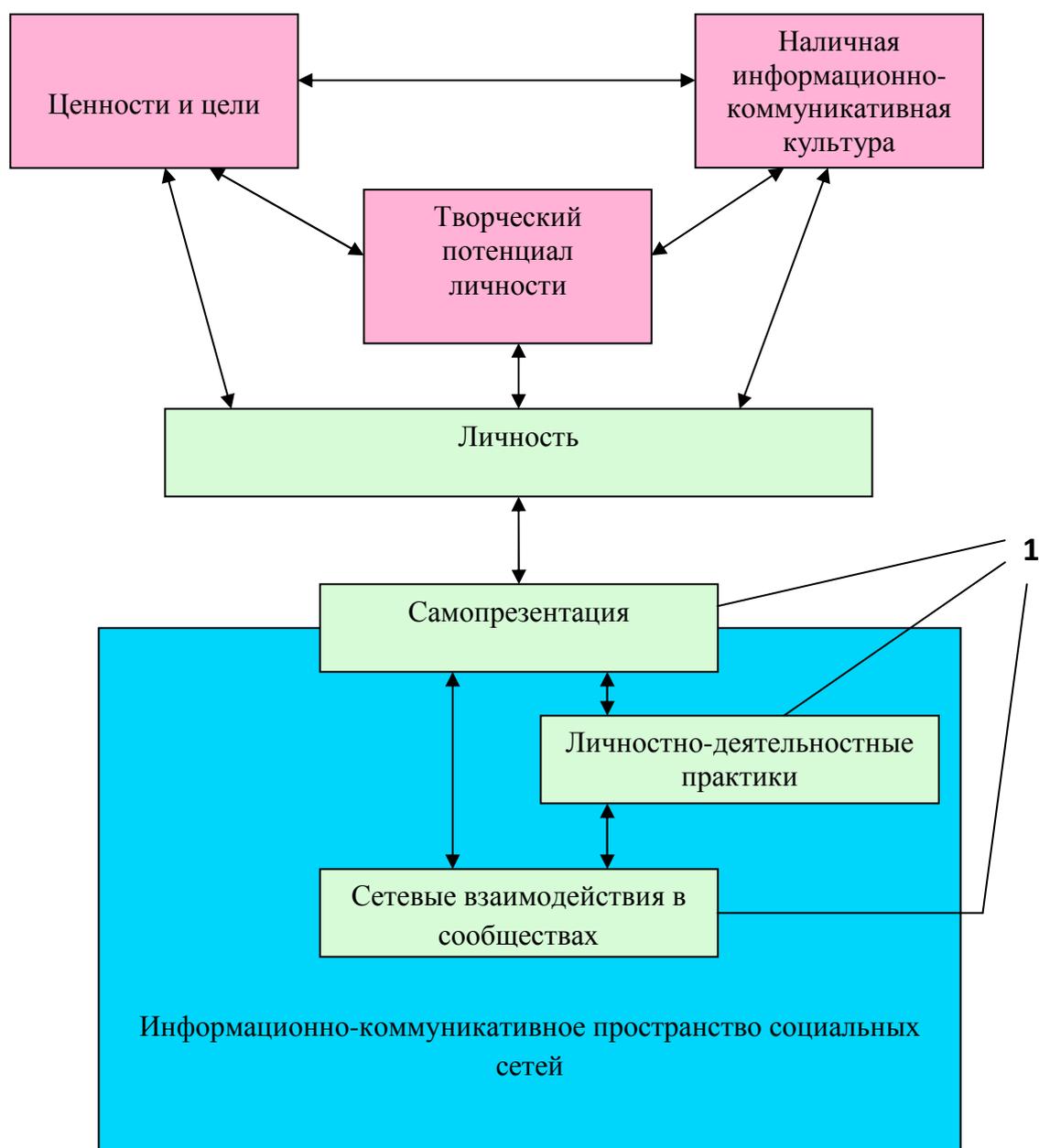


Рисунок 1. Общая схема самоконструирования личности в социальных сетях (Примечание. 1- локальные контексты самоконструирования)

Противоречивый характер бытия личности в пространстве информационно-коммуникативной культуры определяет сложный, субъектно-объектный статус личности в ходе реализации ею социокультурных практик самоконструирования в социальных сетях, что актуализирует системное рассмотрение самоконструирования личности как сложного явления во всём многообразии его внутренних связей и внешних проявлений.

В данном параграфе раскрыто содержание понятия «социальные сети» как средства Интернет-коммуникации в условиях информационно-коммуникативной культуры; определены функциональные особенности социальных сетей. Нами установлено, что социальные сети в силу различных свойств (отсутствие пространственно-временных ограничений, виртуализация всевозможных видов деятельности, мозаичность информационных потоков) обеспечивают широкие возможности осуществления разнообразных социокультурных практик, которые в совокупности составляют самоконструирование личности в социальных сетях. Базисом всех социокультурных практик в социальных сетях является коммуникация, предполагающая перманентное оригинальное самоконструирование личности в различных дискурсах. Структура самоконструирования включает в себя два основополагающих уровня (кроме самопрезентации как онтологического базиса личности в социальных сетях): уровень личностно-деятельностных практик и уровень сетевых сообществ, выделенные по основанию степени социокультурной интеграции личности в социальную сеть.

Подводя итог главы, отметим основные её положения, служащие теоретико-методологическими основами настоящего исследования:

- современный этап развития общества, которое, солидаризируясь с М. Кастельсом, мы называем сетевым, характеризуется экспоненциальным ростом информационно-коммуникативных технологий, изменяющих социальную реальность и обуславливающих формирование новых координат бытия личности, имеющих информационно-коммуникативную природу;

- нами предложено уточнение термина «информационно-коммуникативная культура», которую мы понимаем как совокупность актуальных информационно-коммуникативных технологий, средств связи и коммуникации, а также обусловленных ими устойчивых форм социальных отношений, социальных практик и артефактов, являющихся неотъемлемой частью социокультурной реальности;

- сложный характер социальных и технологических изменений современного общества актуализирует новый подход к пониманию личности, которая рассматривается нами одновременно как активный субъект деятельности и коммуникации и продукт влияния особых социокультурных условий;

- репрезентантом сетевой морфологии современного общества служат социальные сети, предоставляющие широкие возможности осуществления разнообразных форм деятельности в пространстве информационно-коммуникативной культуры;

- начальным этапом социокультурной интеграции (вхождения) личности в социальную сеть является самопрезентация, фундаментальными характеристиками и особенностями которой являются: социальный характер, стремительное размывание границ публичного и частного, сводимость к текстуальным практикам, динамичность (сводимая к оперативности и интерактивности);

- установлено, что такие свойства Интернет-коммуникации, как анонимность и построение альтернативной идентичности, вопреки распространённому в научном дискурсе мнению, не получают широкого распространения в социальных сетях. Личность в рамках самопрезентации в социальных сетях стремится к самоутверждению путём репрезентации своих подлинных характеристик.

Самопрезентация, будучи онтологическим базисом личности и начальной формой социокоммуникативной деятельности, определяет возможности осуществления более сложных форм сетевых взаимодействий и информационно-коммуникативных практик, составляющих сущность социокультурных практик самоконструирования личности, практические аспекты реализации которых будут раскрыты нами во второй главе.

ГЛАВА 2. ПРАКТИКИ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО САМОКОНСТРУИРОВАНИЯ ЛИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

§2.1. Личностно-деятельностные практики пользователей социальных сетей

Формирующаяся в сегодняшнем мире социокультурная реальность каждым своим системообразующим элементом – схемами рациональности, паттернами социального взаимодействия, преобладающим типом социально-конструктивной деятельности – решительно отличается от тех условий, которые наблюдались ещё некоторое время назад.

Современный этап развития общества, определяемый всё возрастающим уровнем развития информационно-коммуникативных технологий, актуализировал решающее значение средств коммуникации и информационных технологий в повседневной жизни человека. Появление глобальной сети Интернет и дальнейшее усложнение его форм и программных средств повлияло на структуру и содержание разнообразных социокультурных практик личности, как реализуемых в обычной жизни с помощью новых технологий, так и осуществляемых непосредственно в виртуальном пространстве. Социальные сети как одно из актуальнейших средств Интернет-коммуникации объединяют в себе широкие возможности социальной деятельности как в реальной социокультурной, так и виртуальной среде.

Возникшие изначально как средство коммуникации, поиска и поддержания контактов, социальные сети мгновенно стали многофункциональной пользовательской средой и приобрели огромную популярность во всём мире.

По данным статистики¹²⁷, по состоянию на конец 2011г. количество пользователей Интернета в мире превышало 2,3 млрд., при этом рост числа пользователей Сети характеризуется уверенной положительной динамикой.

¹²⁷ Электронный ресурс: <http://ar4es.info/25359> (дата обращения 24.05.2014)

Быстрыми темпами развивается и российский сегмент Интернета – Рунет. По данным ФОМ, количество Интернет-пользователей среди взрослого населения России (старше 18 лет) составляло осенью 2003г. – 9 млн. чел., осенью 2006г. – 19 млн. чел., осенью 2009г. – 34 млн. чел., по состоянию на лето 2013 г. - 66,1 млн. человек¹²⁸.

При этом всё более прослеживается взаимосвязь между использованием Интернета и социальных сетей: по данным ВЦИОМ, в 2012г. 82% пользователей Интернета имело хотя бы один аккаунт в социальной сети, в то время как в 2010г. их было только 53%¹²⁹.

В России самыми популярными социальными сетями являются¹³⁰:

- «Одноклассники» — 73% пользователей интернета;
- «ВКонтакте» — 62%;
- «Мой мир» — 31%;
- «Facebook» — 18%;
- «Twitter» — 9% - см. Рис. 2.

Актуальность изучения средств Интернет-коммуникации, в частности, социальных сетей, обосновывает необходимость выработки принципиально новой методологии проведения социологических исследований в новой информационной среде. В связи с этим в последнее время широкое распространение получают методы онлайн-исследований (онлайн-опросов), находящие применение в различных отраслях экономического (в первую очередь, при проведении маркетинговых исследований) и социологического знания.

К отличительным особенностям онлайн-опроса относится использование в процессе исследования возможностей сети Интернет и/или мобильных средств связи; анкета, как правило, располагается на определённом Интернет-ресурсе.

¹²⁸ Электронный ресурс: <http://runet.fom.ru/Proniknovenie-interneta/11067> (дата обращения 24.05.2014)

¹²⁹ Электронный ресурс: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112476> (дата обращения 24.05.2014)

¹³⁰ Там же

К основным преимуществам метода онлайн-опроса следует отнести:

- 1) охват больших совокупностей;
- 2) доступность замкнутых групп и общностей;
- 3) большую лёгкость коммуникации и высокое доверие респондентов;
- 4) высокую скорость проведения исследования;
- 5) низкие затраты.

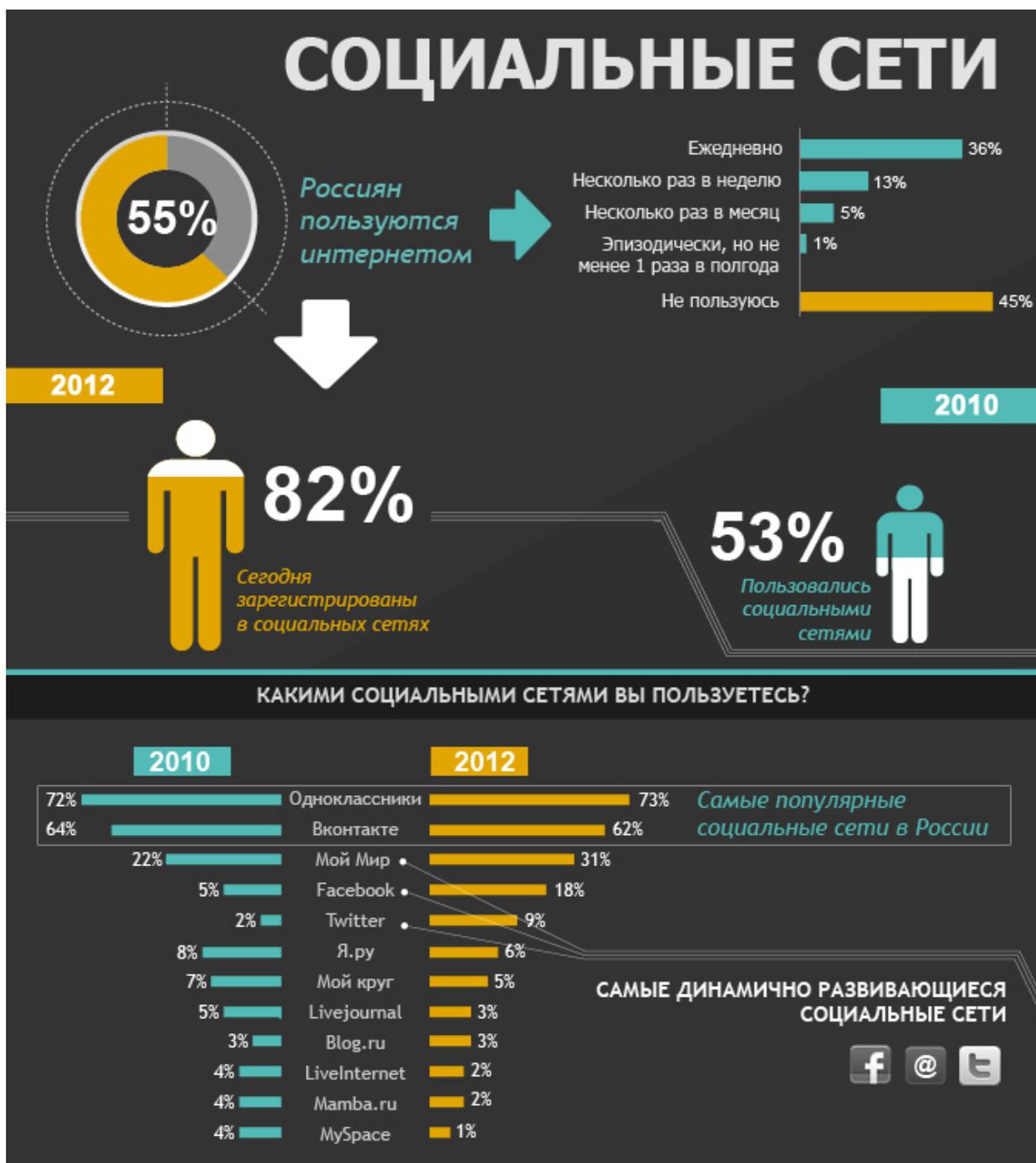


Рисунок 2. Социальные сети в России

Однако в настоящий момент в отечественной социологической литературе в силу новизны метода и недостаточного количества накопленного теоретического и эмпирического материала по его применению не сформировано единой концепции и методологического подхода к определению социологической релевантности метода онлайн-опроса.

Важным представляется качественное обоснование применения данного метода и его непосредственных исследовательских процедур. Данный вопрос находится на стадии разработки и только подвергается теоретической рефлексии, не говоря о малочисленных пока эмпирических исследованиях. Тем не менее, в последние годы наблюдаются положительные тенденции. Так, важным событием в отечественной социологии стал выпуск сборников статей: «Онлайн исследования в России: тенденции и перспективы», «Онлайн исследования в России 2.0.», «Онлайн исследования в России 3.0»¹³¹, посвящённых обобщению и систематизации опыта отечественных и иностранных исследователей в области изучения и применения онлайн-методов в социологии, маркетинге, политологии и т.д. Одной из первых (и пока немногих) фундаментальных работ, посвящённых методологии онлайн-опросов, является кандидатская диссертация А.М. Мавлетовой¹³². В своей работе она выстраивает типологию онлайн-исследований, выделенных на основе идентификации «концептуального объекта», представляющего собой генеральную совокупность исследования. Таким образом, она выделяет следующие типы:

1) «концептуальный объект приравнивается к реальным участникам опроса,

¹³¹ Онлайн исследования в России: тенденции и перспективы / Под редакцией Шашкина А. В. и Поздняковой М. Е. — М.: Изд-во Института социологии РАН, 2006. - 164с.; Онлайн исследования в России 2.0 / Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. - М.: РИЦ «Северо-Восток», 2010. – 327с.; Онлайн исследования в России 3.0 / Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. - М.: Издательский дом «Кодекс», 2012. – 420с.

¹³² Мавлетова А.М. Методология веб-исследований: основные подходы к формированию выборки и возможности повышения качества данных: дис. ... канд. соц. наук. – М., 2010. - 169с.

- 2) генеральную совокупность формируют посетители конкретного Интернет-сайта,
- 3) генеральную совокупность формируют заданные социальные группы,
- 4) результаты можно обобщить на пользователей Всемирной сети,
- 5) результаты можно обобщить одновременно на пользователей сети и не имеющих доступ в Интернет»¹³³.

В нашем исследовании социальных сетей речь идёт о втором типе, то есть опрашиваемые нами респонденты будут репрезентировать пользователей конкретных сайтов (социальных сетей). При проведении онлайн-исследований основные вопросы возникают по технологии формирования выборки и решения проблем репрезентативности при несмоделированной и не очерченной чётко генеральной совокупности. Применительно ко второму типу онлайн-опросов (как в нашем случае) А.М. Мавлетова даёт следующее обоснование: «Отличительной характеристикой опросов посетителей сайта, отобранных по случайной выборке, является отбор респондентов с использованием систематической выборки, применяемой, например, в так называемых exit polls (опросах избирателей на выходе с избирательных участков)»¹³⁴.

Однако формирование систематической выборки в нашем случае затруднительно, так как аудитории сайтов социальных сетей слишком обширны для подобной процедуры: как мы видели, аудитория многих социальных сетей превышает десятки миллионов пользователей.

Таким образом, у метода онлайн-опроса есть и заметные методологические недостатки. Д.О. Стребков также отмечает широкий

¹³³ Мавлетова А.М. Методология веб-исследований: основные подходы к формированию выборки и возможности повышения качества данных: дис. ... канд. соц. наук. – М., 2010. - с. 14.

¹³⁴ Мавлетова А.М. Методология веб-исследований: основные подходы к формированию выборки и возможности повышения качества данных: дис. ... канд. соц. наук. – М., 2010. - с. 40.

спектр различных проблем, с которыми может столкнуться исследователь при использовании данного метода. В их числе мы выделим главные:

- отсутствие репрезентативности;
- стихийность выборки;
- охват аудитории;
- неоднократное участие в опросе¹³⁵.

Значительный эвристический потенциал метода онлайн-опроса при его заметной проблеме репрезентативности выборки обосновывают необходимость дополнения его методом обычного анкетирования (также не лишённого методологических проблем – сложность определения генеральной совокупности при возможных трудностях идентификации пользователей в силу анонимности и указания недостоверных данных).

Поэтому в рамках настоящей диссертационной работы в мае-октябре 2013г. нами было проведено два эмпирических исследования пользователей социальных сетей методами, дополняющими друг друга.

В первом исследовании нами применялся стихийный опрос пользователей социальных сетей. Проведение онлайн-опросов по стихийной выборке получает в отечественной социологической практике всё большее распространение как в коммерческих, так и академических социологических исследованиях, в т.ч. – диссертационных¹³⁶. В основном, адекватность применения данного метода и специфика конкретных процедур его реализации определяется характером непосредственных целей и задач исследования и обосновывается эвристичностью данного метода, что позволяет заключить о возможности его применения в нашем исследовании.

В качестве генеральной совокупности исследования нами были выбраны пользователи одной из крупнейших русскоязычных социальных

¹³⁵ Стребков Д.О. Познавательные возможности онлайн-опросов в российской исследовательской практике (на примере опроса интернет-фрилансеров) // Социология: 4М. - 2010. - №31. – с. 135-161.

¹³⁶ Стребков Д.О. Познавательные возможности онлайн-опросов в российской исследовательской практике (на примере опроса интернет-фрилансеров) // Социология: 4М. - 2010. - №31. – с. 135-161.; Скуратов А.Б. Локальные интернет-сообщества крупного российского города: социально-стратификационный анализ: автореф. дис. ... канд. соц. наук.. Екатеринбург, 2009. - 18с.

сетей «ВКонтакте». Выборка составила 1000 человек. В качестве способа рекрутирования респондентов применялась рассылка личных сообщений, а также размещение постов в разнообразных сообществах с предложением пройти по ссылке социологического исследования, размещённого в сети Интернет с помощью специализированной автоматической формы google.docs. Сформированная по результатам исследования выборка отразила примерные социально-демографические характеристики пользователей социальных сетей.

Во втором исследовании в качестве генеральной совокупности были выбраны представители студенческой молодёжи учреждений ВПО ЦФО (Центрального Федерального Округа). Исследование проводилось на основе квотной выборки по признакам профессиональной направленности ВУЗов и пола респондентов. Выбор группы студенческой молодёжи для непосредственного изучения обусловлен значительной представленностью данной группы в общей совокупности пользователей социальных сетей¹³⁷ и, соответственно, высоким уровнем репрезентации основных тенденций развития и проявления изучаемых предметных характеристик социально-сетевой коммуникации. Выборка составила 600 человек.

Результаты первого исследования отражают основные тенденции на основе стихийного опроса, актуального в силу невозможности достоверной идентификации пользователей по социально-демографическим показателям и необъятном размере генеральной совокупности. Второе исследование, напротив, позволяет осуществить срез на уровне конкретной целевой группы, сформированной на основе квотной выборки, что повышает репрезентативность исследования. Совмещение данных методов, носящих комплементарный, взаимодополняющий характер, имеет значительную

¹³⁷ Электронный ресурс: <http://www.likeni.ru/events/Issledovanie-auditoriya-sotsialnykh-setey-v-Rossii/> (дата обращения 24.05.2014); Электронный ресурс: <http://research.cmsmagazine.ru/audience-research-russian-social-networks/> (дата обращения 24.05.2014); Электронный ресурс: <http://www.sostav.ru/publication/sotsialnye-seti-v-rossii-infografika-9027.html> (дата обращения 24.05.2014); Электронный ресурс: <http://www.slideshare.net/dze/socialnetworkmailrugroup> (дата обращения 24.05.2014)

методическую и методологическую ценность и способствует адекватному всестороннему изучению предмета.

Как показали результаты онлайн-опроса, чуть более половины респондентов (кумулятивный процент - 54,9%) имеют от одного до трёх аккаунтов в различных социальных сетях; в одной социальной сети зарегистрированы 15,3% респондентов. Высокая степень вовлечённости в социальные сети и регистрация во множестве из них, как правило, определяется специфическими функциональными возможностями каждой из них, дополняющими друг друга и, таким образом, наиболее полно удовлетворяющими информационно-коммуникативные потребности пользователя. В целом, можно отметить, что уровень вовлечённости пользователей (по количеству аккаунтов) в социальные сети находится на среднем уровне. Однако это компенсируется количеством времени, проводимого в социальных сетях. Социальные сети, будучи множественным полифункциональным конструктом, предоставляющим одновременно сервисы для коммуникации, игр, развлечений, работы, самовыражения – как конкретных форм личностно-деятельностных практик, составляют значительную часть бюджета времени современного человека. Так, более половины пользователей (56,9%) проводят в социальных сетях значительное количество времени – более 3-х часов в день. Подавляющее большинство (88,8%) пользуются социальными сетями более часа каждый день. Стоит отметить, что совсем не обязательно речь идёт о пользовании социальными сетями на досуге, т.е. в свободное от осуществления своих ключевых социальных функций время – работы, учёбы и т.д.. Широкое распространение свободного доступа в Интернет на рабочих местах, а позднее мобильного Интернета - способствовало значительному повышению доли времени, проводимого в социальных сетях без отрыва от работы, в структуре социального времени современного человека, что не могло не отразиться на качестве выполнения рабочих функций. Мобильность и лёгкость доступа в Интернет, а также возможность осуществления

нескольких дел одновременно и необязательного непрерывного пребывания в социальных сетях объясняют значительное количество проводимого в них времени, но не отменяют виртуализации досуговых практик и снижения эффективности реализации социально значимой деятельности, например, работы.

В связи с этим возникает потребность в изучении структуры бюджета времени пользователей социальных сетей, определяющего все конкретные процедуры и характерные особенности реализации личностно-деятельностных практик, а также эксплицирующего ценности пользователей в социальных сетях (см. Табл. 1).

Было установлено, что основную массу времени пользователи тратят на потребление тех или иных объектов наличной информационно-коммуникативной культуры (данное потребление напрямую связано с досуговыми практиками), которое находит выражение в просмотре, прослушивании и т.д. различных материалов – данный вариант указали 68% респондентов. Также в структуре бюджета пользовательского времени важнейшее место занимает межличностная коммуникация (63,3%) как осуществление одной из изначальных целей социальных сетей, которые на начальном этапе своего развития задумывались как средство поиска и поддержания контактов.

Таблица 1. Структура бюджета времени пользователей социальных сетей

Вид социокультурной деятельности	Частота*, в %
Просмотр, прослушивание аудио-, видео- и иных материалов	68%
Межличностная коммуникация	63,3%
Деятельность в рамках сообществ	23,6%
Игры	7%
Написание заметок, записей и т.д.	5,3%
Другое	1%

* - пользователям предлагалось выбрать до 2-х вариантов ответа.

Таким образом, в структуре пользовательского бюджета времени преобладают межличностная коммуникация и потребление культурных продуктов. При этом любопытно наличие разницы (пусть и незначительной) между весом двух рассмотренных личностно-деятельностных практик в пользу последней. Данный факт говорит о постепенном смещении вектора проводимого в социальных сетях времени с коммуникативных практик на непосредственные практики потребления той или иной информации, обусловленные широким доступом к определённым культурным продуктам, что позволяет отметить некую свёрнутость социокультурного бытия личности в одной точке информационно-коммуникативного пространства – персональном профиле в социальной сети. В процессе своего развития и распространения социальные сети стали не только средством коммуникации, но и универсальным социокультурным пространством реализации личностно-деятельностных практик. При этом оказываются гораздо менее востребованы творческие практики в виде создания заметок, записей и т.д. (4%) – в рамках главного формализованного канала творческого самовыражения в социальных сетях. Несмотря на возможное объяснение данного факта конкретными функциональными характеристиками социальных сетей (например, имеющих блогговую природу, с необходимостью предполагающих текстуальное самовыражение), очевидной становится деформация социально-конструктивной деятельности в ходе реализации личностно-деятельностных практик, со смещением акцента с творческих практик личности по созданию культурных образцов на потребление уже известных объектов культуры (которое, однако, также может быть творческим и рефлексивным).

В своей основе личностно-деятельностные практики - как и все социокультурные практики самоконструирования – являются актами творческого самовыражения.

Поэтому респондентам онлайн-опроса нами был предложен открытый вопрос: «Как Вы удовлетворяете потребность в творческом самовыражении в социальных сетях?» (см. Табл. 2).

Таблица 2. Практики творческого самовыражения в социальных сетях

Каналы творческого самовыражения	Пример	Частота упоминания (от общего, в %)
Аспекты самопрезентации	Ведение личной страницы: аватар, заметки, статус, личная информация	15,1
Социально-коммуникативная деятельность	Администрирование, модерация группы, совместная деятельность, обсуждение, комментирование, троллинг, репосты, чтение записей	14,7
Размещение непосредственных продуктов своего творчества	Стихи, музыка, рисунки, граффити, видео, фотографии и т.д.	32,9
Другое	Не удовлетворяют потребность в творческом самовыражении	37,3
Итого		100,0

На основе анализа сущности реализуемых практик самовыражения можно выделить две их общих формы:

- 1) творчество как создание собственных объектов информационно-коммуникативной культуры;
- 2) творчество как приобщение к культурным продуктам, потребление – усваивание паттернов социокоммуникативной деятельности через чтение, просмотр, обсуждение, воспроизводство культурных образцов.

Данная дихотомия отражает дуалистическую природу бытийствования личности в информационно-коммуникативном пространстве социальных сетей, в котором она является одновременно и субъектом активной преобразовательной деятельности и объектом воздействия, деятельность которого сводится к потреблению, усвоению наличных объектов культуры.

При этом любопытно, что 37,3% респондентов в той или иной форме отмечают, что не удовлетворяют потребность в творческом самовыражении в

социальных сетях; из них: 19,1% - затруднились ответить, 9,6% - не испытывают такой потребности вообще, 8,6% - считают, что социальные сети в принципе не пригодны для творческого самовыражения.

Однако, как нами уже отмечалось, любая деятельность в социальных сетях по сути своей основана на творческой активности. Придание своей деятельности творческого характера – осмысление её как творчества - возможно при глубокой рефлексии данных актов и высокой значимости их для самой личности в аспекте её развития и самовыражения. Высокий процент тех, кто не отметил потребность в творческом самовыражении, может говорить об отсутствии, по их мнению, творческой сущности в пребывании в социальных сетях, т.е. недостаточной отрефлексированности осуществляемой деятельности, или специфической трактовке понятия творчества.

Многообразие форм, каналов и средств самовыражения в социальных сетях актуализирует необходимость определения творчества/креативности применительно к социальным сетям, что позволит соотнести практики творческого самовыражения пользователей, как мы видели, недостаточно отрефлексированные ими, и общее понимание того, что именно можно называть творческим. В рамках нашего исследования творчество определяется прежде всего через личность и связывается с реализацией ею в ходе творческого акта определённых потенций как экстерииоризацией (привнесением в информационно-коммуникативную среду) не только чего-то принципиально нового, но и личностно преломлённого, что отражает креативный характер практик себя-изменения и самореализации в социальных сетях. Подобное понимание природы творчества характерно для каждого третьего респондента (30,6%), выбравшего вариант «несущее личностный отпечаток». Также значимыми являются варианты «яркое, необычное» и «интересное», указанные, соответственно 26,1% и 24,4% респондентов. Подобная тенденция отражает понимание ценности и креативности продукта как самого по себе, с точки зрения его свойств и

качеств, безотносительно к личности автора и тому, оригинален (уникален) ли продукт в конечном итоге. Данное обстоятельство принципиально значимо для социальных сетей и блогов: заимствованные и переопубликованные сообщения (как правило, со ссылкой на автора) – т.н. репосты – являются очень популярными и могут охватывать в процессе своего распространения тысячи людей, теряя при этом уникальность, но не актуальность и привлекательность. Тенденция к отождествлению креативности и яркости, необычности, привлекательности объясняется также своеобразной экономикой коммуникации в социальных сетях. Для них характерно накопление пользователями определённого социального капитала – количества друзей, «лайков» (положительных отзывов других пользователей), репостов, что актуализирует потребность в постоянном самообновлении и привлечении внимания путём определённых публичных действий, описываемых как «креативные». Любопытно также, что размещаемый продукт или совершаемый акт не обязательно должен быть новым – такой вариант выбрало всего 9,5% респондентов. Как уже отмечалось, креативным может быть и воспроизводство уже известного, но интересного и привлекательного контента.

Пребывание в социальных сетях, которые являются полифункциональной средой и предоставляют возможности разнообразных видов социальной деятельности, может описываться одной метацелью – чётко обозначенным мотивом самореализации. Ключевым из них (мотивов) для пользователей является отражение своего реального образа – 58,2%; размещение продуктов собственного творчества важно как неотъемлемый аспект самореализации для каждого третьего (33,2%). Любопытно так же, что наряду с личностно-творческими аспектами самовыражения присутствуют также сугубо утилитарные цели – заведение знакомств (28,7%), что отражает уже упомянутое нами накопление социального капитала (см. Рис. 3).

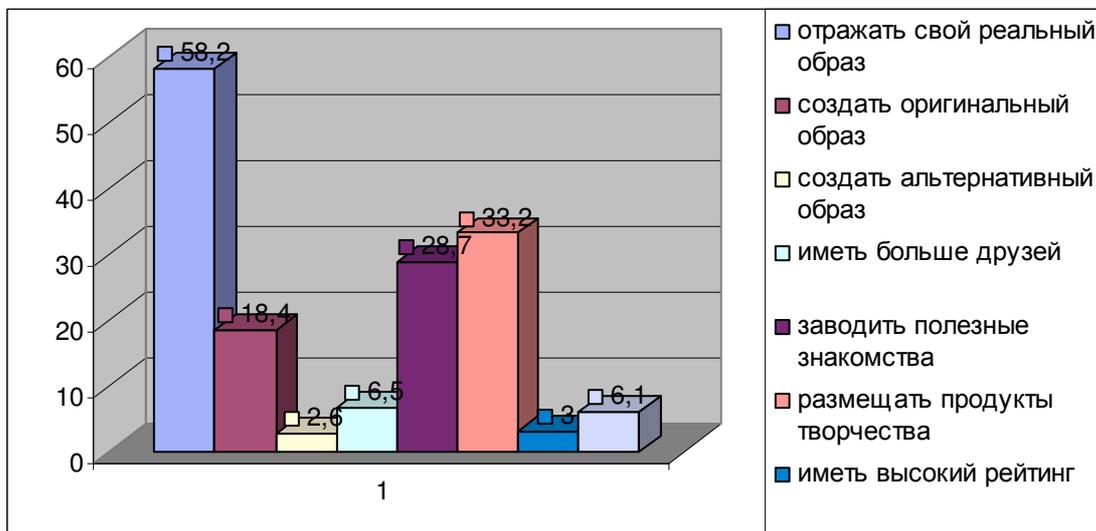


Рисунок 3. Распределение ответов на вопрос: «Что для Вас означает самореализация в социальных сетях?»

Самореализация личности в социальных сетях напрямую связана с теми целевыми установками, которые ею преследуются. Поэтому нами был задан вопрос о степени важности для респондентов достижения в социальных сетях тех или иных целей, в котором предлагалось каждой цели выставить соответствующий балл от 1 до 10 (см. Табл. 3)¹³⁸.

Можно отметить, что в числе наиболее значимых целей отмечены информационно-коммуникативные и досуговые потребности; разнообразные творческие практики имеют гораздо меньший вес. Более детальный анализ преследуемых в социальных сетях целей будет нами дан в §2.2. в контексте анализа уровня их социальности.

Для обнаружения возможных взаимосвязей между теми или иными целевыми установками мы воспользовались факторным анализом.

¹³⁸ Гримов О.А. Ценностно-целевые аспекты практик самоконструирования в социальных сетях // Личность. Культура. Общество. 2013. Том XV. Вып. 3-4. - № 79-80. – с. 171.

Таблица 3. Распределение ответов на вопрос: «Насколько важным для Вас в социальных сетях является достижение следующих целей?» (от 1 до 10, где 1 – совсем не важно, 10 – очень важно)

Цели, преследуемые в социальных сетях	Средний балл	Итоговое место
быстрая и удобная коммуникация	9.04	1
свободный доступ к различным информационным ресурсам	8.76	2
расширение кругозора	7.74	3
интересное времяпрепровождение	7.26	4
психологическая разгрузка, релаксация	7.00	5
выражение своих идей, мнений, чувств	6.78	6
приобщение к культурным ценностям	6.48	7
обсуждение различных проблем	6.42	8
организация коллективной деятельности	6.32	9
организация личного пространства (организация встреч, событий, напоминания и проч.)	6.24	10
поиск друзей, единомышленников	6.10	11
творческое самовыражение	6.04	12
ощущение поддержки, причастности	5.94	13
приобщение к чужому опыту	5.54	14
создание нового образа, имиджа	4.70	15

На основе применения факторного анализа (метод выделения: анализ методом главных компонент; метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера) целей, преследуемых пользователями в социальных сетях, нами выделены основные стратегии осуществления социокультурных практик, описываемые соответствующими целевыми установками. Было обнаружено четыре фактора¹³⁹, каждый из которых соответствует той или иной стратегии. Отбирались факторы с начальными собственными значениями компонент более 1. В сумме четыре фактора объясняют 55,723% дисперсии (по факторам: 1-й - 30,878%; 2-й - 9,587%; 3-й - 8,134%; 4-й - 7,123%).

В 1-й фактор вошли следующие переменные: ощущение поддержки, причастности; интересное времяпрепровождение; поиск друзей, единомышленников; выражение своих идей, мнений, чувств; приобщение к

¹³⁹ Гримов О.А. Ценностно-целевые аспекты практик самоконструирования в социальных сетях // Личность. Культура. Общество. 2013. Том XV. Вып. 3-4. - № 79-80. – с. 171.

культурным ценностям; расширение кругозора; психологическая разгрузка, релаксация; обсуждение различных проблем.

2-й фактор: творческое самовыражение; создание нового образа, имиджа; выражение своих идей, мнений, чувств.

3-й фактор: организация коллективной деятельности; организация личного пространства (организация встреч, событий, напоминания и проч.); приобщение к чужому опыту.

4-й фактор: быстрая и удобная коммуникация; свободный доступ к различным информационным ресурсам.

Отметим, что переменная «выражение своих идей, мнений, чувств» входит одновременно в 1-й и 2-й факторы.

На основе анализа факторов мы можем проинтерпретировать их содержание следующим образом¹⁴⁰.

Первый фактор, который мы можем условно назвать «ориентацией на совместную деятельность», описывает реализуемые совместно с другими пользователями или же посредством других пользователей личностно-деятельностные практики. При этом целевая направленность организации коллективной деятельности выражена неявно. Осуществляемые социокультурные практики отзываются на широкий спектр разнообразных тем: расширение круга социальных контактов, социализация на основе приобщения к различным социокультурным образцам, самоидентификация, развлекательные практики и т.д.

Второй фактор включает в себя различные практики непосредственного творческого самовыражения и может быть назван «ориентацией на творчество». Основное внимание уделяется различным актам самопрезентации и самовыражения, в результате которых формируется самопредъявление личности и её приобщение к информационно-коммуникативному пространству социальных сетей. Данный фактор, в

¹⁴⁰ Гримов О.А. Ценностно-целевые аспекты практик самоконструирования в социальных сетях // Личность. Культура. Общество. 2013. Том XV. Вып. 3-4. - № 79-80. – С. 168-174.

отличие от первого, характеризует подчёркнуто личностный тип реализуемых практик.

Третий фактор объединяет в себе цели, семантически сходные с переменными 1-го и 2-го факторов, но акцент смещён здесь в сторону формирования или преобразования особой информационно-коммуникативной среды – как личной, так и социальной - поэтому данный фактор можно назвать «ориентацией на преобразование среды».

В четвёртый фактор вошли переменные с акцентуацией на реализацию и удовлетворение инструментальных (в большей степени технологических, чем социальных) потребностей – информационных и коммуникативных, отражающих ценность быстрой коммуникации и открытый доступ к источникам информации. Данный фактор можно назвать «информационно-коммуникативной ориентацией»¹⁴¹.

На основе проведённого факторного анализа нами были выделены четыре ключевые стратегии реализации социокультурных практик (приоритетные целевые установки или ориентации) – описываемые в виде того или иного фактора.

Кластеризация пользователей по выделенным ранее факторам (применение метода кластерного анализа проводилось на основе анализа значений фактора, приписываемых каждому респонденту – диапазон значений фактора: от -4 до 4) позволила обнаружить четыре соответствующие группы (кластеры), ориентированные на ту или иную стратегию, соотносимую с фактором¹⁴² (первый кластер соответствует первому фактору и т.д.) - см. Табл. 4.

¹⁴¹ Гримов О.А. Ценностно-целевые аспекты практик самоконструирования в социальных сетях // Личность. Культура. Общество. 2013. Том XV. Вып. 3-4. - № 79-80. – С. 171-172.

¹⁴² Там же, с. 172.

Таблица 4. Распределение пользователей по кластерам

Кластер	Процент	Валидный процент	Кумулятивный процент
1	24,1	24,1	24,1
2	24,4	24,4	48,5
3	25,4	25,4	73,9
4	26,1	26,1	100,0
Итого	100,0	100,0	

Представляется любопытным, что все группы представлены (от общего числа пользователей) практически равномерно и по своей численности попадают в диапазон от 24,1% (кластер 1) до 26,1% (кластер 4); различие является статистически незначимым. Таким образом, каждой из приведённых стратегий придерживается при осуществлении личностно-деятельностных практик в социальных сетях примерно четверть респондентов¹⁴³.

Отметим, однако, что при выделении кластера речь не идёт об обязательном ярко выраженном характере данной целевой установки – напротив, отнесение единицы наблюдения (респондента) к кластеру основано на превалировании рассматриваемой установки над другими; при этом определяющая установка может не быть чётко обозначенной, или наоборот, может быть несколько сильно выраженных типов стратегии, каждый из которых значимо влияет на реализацию социокультурных практик в социальных сетях. Поэтому обнаруженное распределение по кластерам не является предельно точным, что, однако, не отменяет показательности обнаруженного факта. Он позволяет отметить важную тенденцию – различные стратегии реализации социокультурных практик в социальных сетях представлены равномерно без какой-либо преобладающей.

В связи с обнаруженными ориентациями пользователей на реализацию определённых целей значимым является изучение уровня их достигаемости в социальных сетях (см. Табл. 5).

¹⁴³ Гримов О.А. Ценностно-целевые аспекты практик самоконструирования в социальных сетях // Личность. Культура. Общество. 2013. Том XV. Вып. 3-4. - № 79-80. – с. 172.

Таблица 5. Распределение ответов на вопрос: «Оцените, насколько социальная сеть позволяет Вам достичь следующих целей» (по 10-балльной шкале, где 1 – совсем не позволяет, 10 – полностью позволяет)

Цели, преследуемые в социальных сетях	Средний балл	Итоговое место
быстрая и удобная коммуникация	8.62	1
свободный доступ к различным информационным ресурсам	8.11	2
расширение кругозора	7.34	3
интересное времяпрепровождение	7.08	4
выражение своих идей, мнений, чувств	7.00	5
психологическая разгрузка, релаксация	6.72	6
обсуждение различных проблем	6.69	7
поиск друзей, единомышленников	6.59	8
организация коллективной деятельности	6.58	9
организация личного пространства (организация встреч, событий, напоминания и проч.)	6.51	10
приобщение к культурным ценностям	6.28	11
творческое самовыражение	6.01	12
ощущение поддержки, причастности	6.01	13
приобщение к чужому опыту	5.96	14
создание нового образа, имиджа	5.32	15

Анализ таблицы показывает, что социальные сети в основном ориентированы на удовлетворение информационно-коммуникативных и досуговых потребностей, эксплицируемых в соответствующих вариантах ответа (итоговые места 1-5). Главным образом, в социальных сетях удовлетворяются потребности в удобной коммуникации, свободном доступе к информационным ресурсам и интересном времяпрепровождении. Также значимо выделены различные познавательные и творческие практики - варианты «расширение кругозора» и «выражение своих идей, мнений, чувств». Социально-коллективные интенции, ориентированные на расширение круга социальных связей, организацию совместной деятельности, коллективно обусловленные практики пребывания в сети, как и непосредственная творческая самореализация удовлетворяются в меньшей степени¹⁴⁴. Отметим, что степень удовлетворения потребностей,

¹⁴⁴ Гримов О.А. Ценностно-целевые аспекты практик самоконструирования в социальных сетях // Личность. Культура. Общество. 2013. Том XV. Вып. 3-4. - № 79-80. – с. 173.

рассмотренная нами, отражает не соответствующий потенциал социальных сетей, который во многом велик, а уровень удовлетворения в соответствии с важностью запрашиваемых потребностей (см. Табл. 6).

Между стремлением к достижением определённой цели в социальных сетях и степенью её удовлетворения существует статистически значимая связь¹⁴⁵. Показатель коэффициента ранговой корреляции Спирмена для каждой из соответствующей пары показателей лежит в диапазоне от 0,435 до 0,691; среднее значение коэффициента равняется 0,576 (при уровне значимости $p=0,01$).

Таблица 6. Сравнительный анализ значимости определённых целей и удовлетворённостью уровнем их достигаемости в социальных сетях

Цели, преследуемые в социальных сетях	Важность	Удовлетворение
быстрая и удобная коммуникация	9.04	8.62
свободный доступ к различным информационным ресурсам	8.76	8.11
расширение кругозора	7.74	7.34
интересное времяпрепровождение	7.26	7.08
выражение своих идей, мнений, чувств	7.00	7.00
психологическая разгрузка, релаксация	6.78	6.72
обсуждение различных проблем	6.48	6.69
поиск друзей, единомышленников	6.42	6.59
организация коллективной деятельности	6.32	6.58
организация личного пространства (организация встреч, событий, напоминания и проч.)	6.24	6.51
приобщение к культурным ценностям	6.10	6.28
творческое самовыражение	6.04	6.01
ощущение поддержки, причастности	5.94	6.01
приобщение к чужому опыту	5.54	5.96
создание нового образа, имиджа	4.70	5.32

Обнаруженную связь, безусловно, нельзя назвать неожиданной, однако она позволяет рассматривать социальные сети не как предзаданную функциональную среду с постоянными функциями и уровнем их

¹⁴⁵ Гримов О.А. Ценностно-целевые аспекты практик самоконструирования в социальных сетях // Личность. Культура. Общество. 2013. Том XV. Вып. 3-4. - № 79-80. - с. 173.

достижения, а как пространство удовлетворения различных запросов пользователя с большей ориентацией на гибкость отклика на соответствующую потребность; своего рода формируемое в ходе потребления и удовлетворения потребностей пространство. Так, например, удовлетворение потребностей в конечном итоге может зависеть не только от функционала социальных сетей, но и от затрачиваемых самим индивидом усилий по достижению цели.

Социальные сети, будучи средством удовлетворения социокультурных потребностей, являются так же особым культурным феноменом, определяющим возможность культурного развития личности.

Материалы, размещаемые в социальных сетях (т.е. их информационное наполнение), как репрезентанты и конкретные продукты наличной информационно-коммуникативной культуры, служат одним из важнейших социокультурных артефактов социальных сетей, определяющих характер реализации личностно-деятельностных практик. Это происходит по той причине, что в социальных сетях как социокультурном пространстве актуализируется их непосредственное информационное содержание, которое выступает важным фактором социализации и творческого развития личности.

Поэтому рассматриваемые нами характеристики и свойства материалов в социальных сетях являются непосредственными факторами реализации личностно-деятельностных практик, т.е. их детерминантами.

Опрос студенческой молодёжи позволил нам выяснить, что их основными детерминантами являются: возможность свободного доступа к размещённым информационным ресурсам (68,6%), разнообразие информационного содержания (определённых культурных продуктов) - (52,6%); данные детерминанты отражают в основном уже отмеченные нами практики потребления и определяют основной вектор осуществления личностно-деятельностных практик. Творческие и культурные характеристики информационных артефактов социальных сетей находятся на

периферии повседневного социального опыта пользователей и занимают низкое место в ряду требований, предъявляемых ими к материалам в социальных сетях; так, можно отметить невысокую значимость для пользователей культурного уровня информационных материалов (12,4%), а также возможности участвовать в создании такого рода материалов (т.е. контента социальных сетей) (13,6%) – см. Табл. 7.

Таблица 7. Распределение ответов на вопрос «Что Вы наиболее цените в материалах, размещаемых в социальных сетях?» (до 2-х вариантов ответа)

Вариант ответа	Частота
Возможность свободного доступа к размещённым информационным ресурсам	68,6%
Разнообразие информационного содержания (в частности, продуктов художественной культуры)	52,6%
Определённую целевую направленность (тематику материалов и т.д.)	26,6%
Возможность свободного участия в создании и размещении подобных материалов	13,6%
Определённый культурный уровень	12,4%
Другое	0%

Уточнением данного вопроса являлось определение наиболее востребованных, значимых для пользователей тематических направлений информационных материалов. На основе обобщения и типологизации эмпирически изученных материалов социальных сетей были выделены следующие их тематические направления: досуговые, учебно-научные (или познавательные в широком смысле слова), новостные, творческие.

По результатам исследования, материалы, вызывающие у студентов наибольший отклик, представлены по своей основной направленности практически равномерно: от 21% - у новостных ресурсов до 27% у учебно-научных и досуговых (25% - творческие материалы). Как видим, социальные сети позволяют потреблять, а также участвовать в создании объектов информационно-коммуникативной культуры различного рода и уровня, что

ещё раз говорит о полифункциональности социальных сетей и мультиакцентности личностно-деятельностных практик.

Благодаря своей социокультурной полифункциональности и разнородному информационному наполнению, социальные сети являются одним из важнейших факторов саморазвития личности в условиях современной информационно-коммуникативной культуры¹⁴⁶. Так, К.О. Черняева пишет: «Интернет выступает ... как институциональный проект и поле социализации, в котором осваиваются субкультуры, ценностные основания, целевые ориентиры, коммуникативные паттерны и способы самоидентификации»¹⁴⁷.

Похожее мнение отстаивает В.А. Бокарев: «Участники виртуальных социальных сетей формируют новое пространство информационной культуры, в котором создаётся особый мир социальных отношений и формируется специфическая система ценностей»¹⁴⁸.

Социальные сети, кроме возможностей широкого доступа к различным объектам культуры, отличаются также собственной субкультурой, которую составляют разнообразные мемы (популярные образы, комиксы, фото-, аудио-, видеоматериалы), компьютерный сленг, специфические сообщества (например, так называемые «паблики» – публичные страницы) и т.д.¹⁴⁹

Особое место в структуре социально-сетевой субкультуры занимают определённые ценности, на изучение которых был направлен специальный вопрос (см. Рис. 4).

В числе наиболее значимых свойств и ценностей Интернет-коммуникации респондентами указаны: отсутствие временных и пространственных ограничений (57%), оперативность (56,3%), свобода

¹⁴⁶ Гримов О.А. Ценностно-целевые аспекты практик самоконструирования в социальных сетях // Личность. Культура. Общество. 2013. Том XV. Вып. 3-4. - № 79-80. – с. 169.

¹⁴⁷ Черняева К.О. Культурная идентификация в условиях глобализации: случай социальных сетей: автореф. дис....канд. соц. наук. Саратов, 2010. - с. 10.

¹⁴⁸ Бокарев В.А. Виртуальные социальные сети как пространство для удовлетворения потребностей современной молодёжи // Вопросы культурологии. – 2009. - №8. – с. 57.

¹⁴⁹ Гримов О.А. Кравчук П.Ф. Личность в условиях информационно-коммуникативной культуры // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №6 (45). – с. 180.

(31,5%) – понимаемая широко как возможность разнообразной деятельности, широкий доступ к ресурсам и всеобщее равенство, отсутствие авторитета и принуждения.

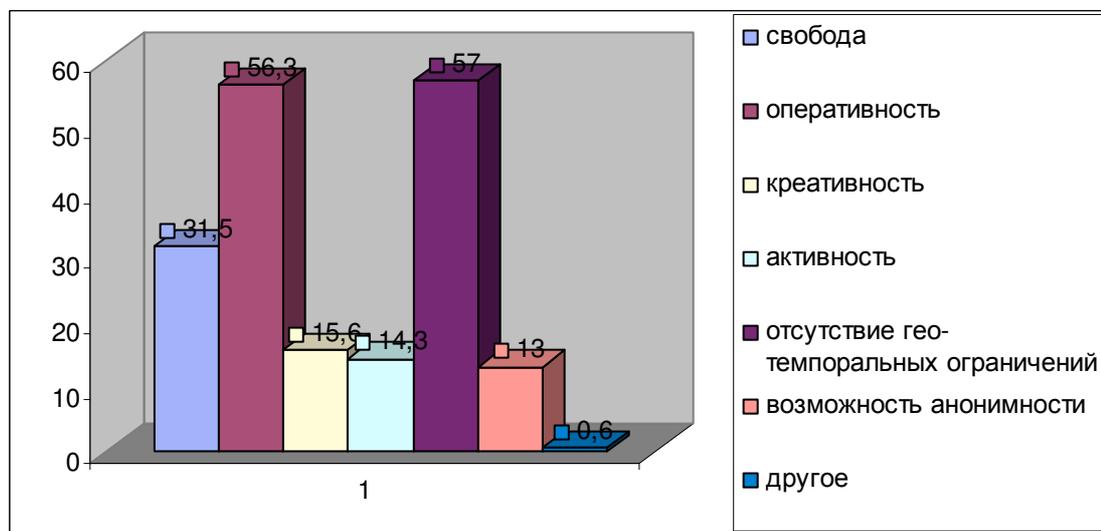


Рисунок 4. Распределение ответов на вопрос: «Назовите наиболее значимые для Вас свойства Интернет-коммуникации (до 2-х вариантов ответа)»

Данные ценности отражают стремление к построению новой социокультурной среды, координатами которой выступают цифровое равенство, мобильность, свобода выбора форм деятельности.

В конституируемом в ходе реализации личностно-деятельностных практик социокультурном пространстве нивелируются социальные статусы и достижения и устанавливается относительное равенство всех пользователей. Социокультурное влияние артикулируемых в пространстве информационно-коммуникативной культуры социальных сетей культурных социокодов отличается сложным и противоречивым характером, во многом определяемым дуалистическим (субъектно-объектным) статусом личности в социальных сетях. Личностно-деятельностные практики являются наиболее значимым уровнем самоконструирования, на котором в ходе объективации личностной субъектности, осуществляется экстерииоризация личностных конструктов и дальнейшее развитие информационно-коммуникативной культуры социальных сетей.

В настоящем параграфе нами были рассмотрены личностно-деятельностные практики, выделенные наряду с самопрезентацией (как базовой практикой) и деятельностью в рамках сообществ в системе социокультурных практик самоконструирования личности.

Особое место занял анализ творческого самовыражения личности в социальных сетях, составляющих сущность большинства реализуемых в них социокультурных практик.

Выделено две общих формы реализуемых практик самовыражения:

1) творчество как создание собственных объектов информационно-коммуникативной культуры;

2) творчество как приобщение к тем или иным культурным продуктам, усваивание паттернов социокоммуникативной деятельности.

В ходе исследования нами было обнаружено преобладание в реальной практике социально-конструктивной деятельности в социальных сетях именно второй формы творческого самовыражения, характеризующейся рефлексивным усвоением наличных культурных образцов, при значительно меньшей распространённости непосредственно творческих практик по созданию нового контента.

Данная дихотомия отражает дуализм пребывания личности в социальных сетях, описываемого её одновременно объектным и субъектным статусом. При этом самими пользователями творчество связывается, в первую очередь, с реализацией личностью в ходе творческого акта своих определённых потенций и актуализацией своих сущностных свойств.

Особое внимание нами уделено анализу значимости для пользователей тех или иных целей, преследуемых в социальных сетях и находящихся выражение в осуществляемой социокультурной деятельности. На основе проведённого факторного анализа нами обозначены четыре пользовательские стратегии, характеризующие ту или иную интегральную установку на осуществление социокультурных практик:

1) ориентация на совместную деятельность;

- 2) ориентация на творчество;
- 3) ориентация на преобразование среды;
- 4) информационно-коммуникативная ориентация.

Кластеризация пользователей позволила выделить четыре соответствующие пользовательским стратегиям группы пользователей. Данные группы, как показали результаты исследования, представлены практически равномерно, что позволяет заключить о полифункциональном характере социальных сетей, позволяющих осуществлять разнообразные виды социокультурной деятельности без какого-либо преобладающего.

Нами обосновано понимание социальных сетей как особой социокультурной среды, координатами которой выступают цифровое равенство, мобильность, свобода выбора форм деятельности.

В следующем параграфе нами будут раскрыты особенности самоконструирования личности в сфере сетевых сообществ социальных сетей как наиболее высокого по степени социокультурной интеграции личности в социальную сеть уровня реализации социокультурных практик.

§2.2. Специфика взаимодействия в сетевых сообществах как особой формы самоконструирования личности

В современном социуме, характеризующемся радикальными социокультурными трансформациями, происходит изменение социального положения индивида в аспекте его связей и отношений с другими субъектами; в частности, изменяются возможности и формы социального взаимодействия. Иными словами, происходит трансформация социальности как интегративного свойства социального бытийствования личности. Наш интерес к проблеме социальности обусловлен развитием её новых форм в условиях информационно-коммуникативной культуры. Однако в современном социологическом дискурсе понятие социальности не имеет однозначной трактовки.

Так, И.А. Шмерлина пишет: «Социальность в узком смысле – это принадлежность к конкретной группе и жизнедеятельность в её границах»¹⁵⁰. А.В. Кошелев определяет социальность как «феномен, характеризующий общественное устройство в целом, не в смысле проявления через различные стороны социального, а в смысле своего генетического, естественно-природного существования как особого уникального явления»¹⁵¹. Некоторыми социологами выдвигается тезис о деформации этико-аксиологических, онтологических и социальных оснований личности в современном обществе. Дискурс принципиальной множественности, мультикультурализма, радикального плюрализма, свойственный постмодернизму, – фиксирующий хаотичность, аструктурность и нелинейность способов социальной организации – позволяет говорить Ж. Бодрийяру о «конце социального»¹⁵².

Анализируя феномен социально-сетевой коммуникации, мы акцентируем внимание, в первую очередь, на вопросах трансформации способов социального взаимодействия и социальной деятельности в социальных сетях. Поэтому социальность в социальных сетях мы понимаем, прежде всего, как форму организации социального пространства и групповой динамики, определяющую тип идентификации личности и координации субъектной и межсубъектной деятельности.

Сложный характер трансформаций социальности на современном этапе развития общества обусловлен нарастанием двух взаимоисключающих тенденций, отмечаемых социологами: эскалацией индивидуализма и персонализацией социокультурных практик, характеризующихся разобщением и дезинтеграцией, с одной стороны, и расширением возможностей объединения индивидов и их консолидации, формированием

¹⁵⁰ Шмерлина И.А. «Физика» социальности // Вестник Российской Академии Наук. - 2003. - том 73. №6. - С. 521-532.

¹⁵¹ Кошелев А.В. Эволюция представлений о социальном - важное условие уточнения предмета социологии // Социологические исследования. – 2009. №8. - с. 135.

¹⁵² Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального. - Екатеринбург. - 2000.

новых общностей и групп, связанных, в первую очередь, с появлением информационно-коммуникативных технологий, средств связи, девальвировавших пространственно-временные различия и ограничения в современном мире – с другой. Таким образом, можно выделить два социологических подхода к оценке процессов социальной интеграции/индивидуализации в современном обществе.

К представителям первого подхода можно отнести таких видных мыслителей, как З. Бауман, М. Кастельс, которые раскрыли в своих трудах проблемы индивидуализма и отчуждения личности в современном социуме. Так, З. Бауман в книге «Индивидуализированное общество» пишет: «Все мы являемся сегодня индивидами; не в силу выбора, но по необходимости. Мы являемся индивидами *de jure*, независимо от того, являемся ли мы ими *de facto*: решение задач самоопределения, самоуправления и самоутверждения становится нашей обязанностью, и все это требует от нас самодостаточности, независимо от того, имеем ли мы в своем распоряжении ресурсы, соответствующие этой обязанности (возникающей скорее по недоразумению, чем обусловленной заранее составленным планом: просто не существует никаких институтов, способных сделать за нас нашу работу)»¹⁵³. Подобные социокультурные проблемы отчуждения личности связываются Бауманом с современным этапом развития общества, называемого им «постмодернити». Рассматриваемые социологом формы современного мироощущения (страх, неудовлетворённость, разобщённость), по Бауману составляют сущность жизни современного индивида и являются стержнем его социокультурных практик. Любые формы социальной деятельности рассматриваются Бауманом как попытки выйти за пределы навязываемых современностью социокультурных образцов. Во многом созвучны идеям Баумана воззрения уже рассмотренного нами социолога Мануэля Кастельса. Одним из

¹⁵³ Бауман З. Индивидуализированное общество. / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. - М., Изд-во "Логос", 2002. – с. 133.

ключевых пунктов его теории сетевого общества является идея «сетевого индивидуализма». По мнению Кастельса, сетевое общество характеризуется «ростом индивидуализма во всех его проявлениях»¹⁵⁴. При этом речь идёт о принципиально иной форме индивидуализма, детерминированного сетевой морфологией современного этапа развития общества. Как пишет Кастельс: «Сетевой индивидуализм – это социальная структура, а не собрание изолированных индивидуумов. Именно индивидуумы строят свои сети, онлайнные и оффлайнные, основываясь на своих интересах, ценностях, склонностях и проектах»¹⁵⁵. Научная позиция М. Кастельса представляется нам важным развитием идей З. Баумана. Индивидуализм понимается Кастельсом не как форма тотального отчуждения в обществе, а как условие и средство социального конструирования общественных связей. Сообщества и объединения, имеющие сетевую природу, формируются непосредственно индивидами на основе их личных целей и интересов. Иными словами, у индивида в условиях сетевого общества появляется свобода и возможность самостоятельно конструировать свои социальные связи и отношения, формируя, таким образом, новую среду для самореализации; личность самореализуется, в том числе, в ходе создания такой среды. При этом основу подобных сред составляют, как правило, слабые социальные связи, не локализованные по территориальному признаку. Одним из средств расширения подобных экстерриториальных связей выступают виртуальные сообщества, формируемые на основе применения современных средств коммуникации (в том числе, сети Интернет).

Представители противоположного подхода отмечают расширившиеся возможности социальной интеграции, хотя основой подобной интеграции, в их представлении, так же являются информационно-коммуникативные технологии, что сближает рассматриваемые нами методологические позиции. Так, Говард Рейнгольд отмечает феномен «умной толпы» (называемой им

¹⁵⁴ Кастельс М. Галактика Интернет. - Екатеринбург: У-Фактория, 2004. - с. 155.

¹⁵⁵ Там же, с. 157.

«смартмоб»; более общепринятое наименование – «флеш-моб») – форму основанной на применении интеллектуальных технологий (средств связи – мобильных устройств, Интернет) самоорганизующейся социальной общности, направленной на достижение определённой цели, не сводимой, однако, к виртуальному сообществу, а представляющей собой группу людей, осуществляющих деятельность в реальной жизни на основе предварительного планирования в Сети¹⁵⁶. Феномен смартмоба тем более показателен, что он является не просто способом объединения людей, но средством интеграции их на совершенно ином уровне – на основе добровольных связей в самоупорядочивающейся общности. «Умная толпа» противопоставляется толпе вообще, так как действия первой в основном интеллектуальны и рациональны и несут в себе признаки высокой социальной организованности. На наш взгляд, подобные объединения людей являются ответом на современные социокультурные условия разобщённости и дезинтеграции (индивидуализма как общекультурного образца) и попыткой их преодоления при потенциальной неустойчивости традиционных институциональных форм объединения индивидов, отмечаемых З. Бауманом. Таким образом, рассмотренные нами подходы дополняют друг друга и находятся в диалектической взаимосвязи; современное общество характеризуется как разобщением индивидов, так и противоположной тенденцией к объединению и интеграции.

Как уже нами отмечалось, основой современных форм объединения людей в сетевом обществе являются различные информационно-коммуникативные средства, в первую очередь, Интернет. По мере развития компьютерных технологий Интернет становился всё в меньшей степени хранилищем всевозможной информации и всё более – средством коммуникации и, как следствие, объединения индивидов в сообщества,

¹⁵⁶ Rheingold H. The Virtual Community. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rheingold.com/vc/book> (дата обращения 24.05.2014)

первые из которых складывались вокруг определённых ресурсов - сайтов, чатов, форумов, имевших ограниченный функциональный коммуникативный и консолидирующий потенциал. Качественно новые формы объединения пользователей в виртуальном пространстве (сообщества в социальных сетях и блогах) связаны с актуализацией социальной функции Интернета, появлением в начале 2000-х гг. сервисов WEB 2.0., обеспечивающих возможность межличностной и групповой коммуникации (рассмотренных нами в §1.2.). Первые Интернет-сообщества, формируясь вокруг некоего веб-ресурса, чаще всего являлись не Интернет-сообществом, а, скорее, аудиторией, так как между пользователями были ограничены возможности координации и реализации совместной деятельности в реальной жизни, появившиеся в социальных сетях и блогах как высокоорганизованных формах коммуникации и объединения пользователей.

Для обозначения объединений пользователей в Интернет-пространстве исследователями предлагались разнообразные термины: виртуальное сообщество, Интернет-сообщество, сетевое сообщество. Иногда выделяют онлайн-сообщество (или – онлайн-комьюнити), противопоставляя его оффлайн-сообществу, акцентируя внимание на осуществлении коммуникации в сообществе в режиме реального времени, т.е. онлайн. Общим для всех определений является понятие сообщества. В задачи нашего исследования не входит изучение всех аспектов данного многозначного термина и определение релевантности устоявшегося употребления его для обозначения объединения в качественно новой среде – информационно-коммуникативном пространстве. Поэтому мы будем пользоваться общеупотребимым определением термина «сообщество», которое ввёл Б. Уэллман применительно к социальным сетям как сетевым структурам современного общества, понимая при этом сообщество как «сети межличностных связей, обеспечивающие социальное взаимодействие,

поддержку, информацию, чувство принадлежности к группе и социальную идентичность»¹⁵⁷.

Однако соотношение понятий «виртуальное сообщество», «Интернет-сообщество», «сетевое сообщество», «онлайн-сообщество», равно как изучение их структурных характеристик и свойств и соотносимось с объектом нашего исследования – сообществами в социальных сетях – требует пристального внимания и изучения.

Понятие «виртуальное сообщество» впервые было предложено американским социологом Говардом Рейнгольдом в 1993г. Виртуальные сообщества определяются Г. Рейнгольдом как «социальные агрегации, возникающие в Сети, когда достаточное количество людей в течение длительного времени принимают участие в публичных дискуссиях, испытывая необходимые человеческие эмоции для формирования паутины личностных взаимоотношений в киберпространстве»¹⁵⁸.

В. Тальнишних определяет сетевое сообщество как «группу «пользователей», находящихся во взаимодействии в киберпространстве и связанных общими целями, интересами, ценностными ориентациями». Сетевые сообщества, как он отмечает, «обеспечивают интерактивное взаимодействие участников, независимо от пространства и времени их реального бытия»¹⁵⁹.

А.Б. Скуратов акцентирует внимание на возможности противопоставления Интернет-сообщества в широком смысле слова как совокупности всех Интернет-пользователей, и в узком – для которого он вводит понятие «локальное интернет-сообщество», определяемое им как «структура локальной социальной организации сети Интернет, обладающая стратификационной системой, набором социальных поведенческих норм,

¹⁵⁷ Цит. по: Кастельс М. Галактика Интернет. - Екатеринбург: У-Фактория, 2004. - с. 153.

¹⁵⁸ Rheingold H. The Virtual Community. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rheingold.com/vc/book> (дата обращения 24.05.2014)

¹⁵⁹ Тальнишних Н.К. Культура «сетевых сообществ»: дис. ... канд. филос. наук. Ростов-на-Дону, 2004. - с. 13.

состоящая не менее чем из трёх участников, разделяющих групповые ценности и реализующих с использованием электронных средств регулярные социальные взаимодействия, предметом или целью которых являются процессы и объекты, локализованные в географических пределах конкретных территорий»¹⁶⁰.

Значительный интерес в рамках нашего исследования представляет научная позиция Р.В. Кончаковского, который в своём определении Интернет-сообществ акцентирует внимание на социокультурном характере формируемых в Интернете общностей: «С позиций социокультурного подхода сетевое интернет-сообщество – это взаимосвязь индивидов и социальных общностей, возникающая в пространстве Интернет, в котором социокультурное единство является разделяемой ценностью для всех его членов»¹⁶¹.

Ещё один термин - online-community («онлайн-сообщество») - является разновидностью сетевого сообщества и используется для противопоставления offline-community (оффлайн-сообщество), указывая на взаимодействие и интеракцию в реальном времени, что является важным, но всё же не обязательным условием коммуникации в сообществах (например, в некоторых веб-сервисах существует возможность отложенной коммуникации).

Как мы видим, все вышерассмотренные определения и предлагаемые термины (Интернет-сообщество, онлайн-сообщество, сетевое сообщество, виртуальное сообщество) практически идентичны по содержанию и в целом отражают некую совокупность Интернет-пользователей, осуществляющих коммуникацию в рамках определённого веб-ресурса.

¹⁶⁰ Скуратов А.Б. Локальные интернет-сообщества крупного российского города: социально-стратификационный анализ: автореф. дис. ... канд. соц. наук.. Екатеринбург, 2009. - с. 9.

¹⁶¹ Кончаковский Р.В. Сетевое интернет-сообщество как социокультурный феномен: дис. ... канд. соц. наук. Екатеринбург, 2010. – с. 57.

Подобные определения Интернет-сообществ были выведены исследователями в основном в рамках идеологии WEB 1.0. и охватывают довольно широкий спектр разнообразных объединений пользователей в сети Интернет. Данные определения достаточны для описания различных типов Интернет-объединений, но оказываются нерелевантными по отношению к изучаемым нами группам и сообществам в рамках социальных сетей, которые обладают определённой спецификой, для раскрытия которой недостаточно изученных методологических подходов и трактовок.

Общим для приведённых определений является то, что они в основном рассматривают Интернет-сообщества в широком смысле слова (например, определения Нестерова, Тальнишних); к таким сообществам можно отнести, например, объединения пользователей крупного сайта, виртуальную общность узкоспециализированных профессионалов, которые потенциально могут осуществлять коммуникацию в рамках Сети. Вершиной обобщения является широко распространённое понимание в качестве Интернет-сообщества всех пользователей сети Интернет (Интернет-сообщество в глобальном смысле) или его определённого сегмента (Рунет – русскоязычная часть Интернета). К более конкретному пониманию Интернет-сообществ (например, «локальное Интернет-сообщество» Скуратова) относится трактовка их как небольшой совокупности некоторых (определённых) пользователей, осуществляющих коммуникацию в рамках Сети; при этом подразумевается, что коммуникация носит частный характер и пользователи знакомы между собой в реальной жизни.

Для наименования изучаемых нами групп и объединений в социальных сетях мы будем пользоваться понятием «сетевые сообщества» (в дальнейшем относимым нами только к предмету нашего исследования). В отличие от Интернет-сообществ в широком смысле слова, представляющих собой размытые объединения пользователей определённого веб-ресурса, сетевые сообщества рассматриваются нами в узком значении как непосредственно наблюдаемые группы пользователей в социальных сетях. В

непосредственной эмпирической фиксации заключается главная особенность изучаемых нами сообществ. Иными словами, если Интернет-сообщества в широком смысле слова являются размытым конструктом и определяются непосредственно самим исследователем в каждом отдельном случае, то сетевые сообщества в социальных сетях в силу специфики данного веб-ресурса имеют институциональный статус, то есть чётко очерчены и легко фиксируются эмпирически, независимо от своего размера. К таким сообществам относятся, например, разнообразные объединения пользователей вокруг определённой темы в социальной сети «ВКонтакте»; при этом каждое сообщество имеет свой профиль (виртуальную страницу), который служит средством и полем групповой активности (в частности, в нём отражается численность сообщества и перечень пользователей, благодаря чему становится возможной межличностная коммуникация между любыми пользователями сообщества). Именно персональная страница сообщества, будучи его «лицом», определяет его институционально закреплённый в рамках веб-ресурса статус и эмпирическую фиксируемость на основе технических средств (системы поиска).

Пользователи в рамках сообщества могут быть знакомы между собой в реальной жизни. Однако в большинстве случаев (тем более, когда количество пользователей достаточно обширно) социальные связи участников сообщества в реальной жизни не налажены. Объединяющим для участников является именно общая цель, интересы, ценности, разделяемые или достигаемые в процессе коммуникации. Определяющим в структуре выделения ключевых характеристик сообщества является добровольная связь пользователей вокруг определённой, точно обозначенной темы (что далеко не всегда характерно для Интернет-сообществ в широком смысле слова). Поэтому важнейшим для рассматриваемых нами сетевых сообществ является именно социокультурная деятельность, реализуемая индивидами в рамках сообществ как вектор самоконструирования. Мы определяем сетевые сообщества как добровольно формируемые в информационно-

коммуникативном пространстве социальных сетей объединения пользователей, основанные на общности разделяемых ими интересов и/или ценностей в ходе производства и потребления социокультурных практик. Сетевые сообщества легко фиксируются эмпирически, так как обладают чёткостью границ и численного состава, что является их определяющей характеристикой как объекта нашего исследования¹⁶².

Рассматривая виртуальные сетевые сообщества, А.А. Стриженко отмечает их следующие характерные признаки: «...независимость ... членов; множественность участников и лидеров, так как понятие лидерства в сети не совпадает с лидерством в организациях иерархического типа; объединяющие цель, мотивы, интересы; добровольность связей; множественность уровней взаимодействия, определяемого актуальной потребностью в нем; интенсификация взаимовыгодного сотрудничества»¹⁶³.

Значительный интерес представляет исследование В.Н. Щербины, который отмечает наличие определённых условий возникновения сетевых сообществ, которые (условия) задаются непосредственно кибернетическим ресурсом (узлом, порталом):

- 1) возможность какой-либо формы идентификации индивида или группы;
- 2) наличие того или иного механизма контроля – от морально-психологического до экономического и юридического;
- 3) наличие той или иной формы истории – фактора идентификации индивида на сверхиндивидуальном основании, в рамках совместной деятельности;
- 4) возможность влияния его членов на формирование правил коммуникации;

¹⁶² Гримов О.А. Сетевые сообщества социальных сетей как генератор личностной субъектности // ЛОМОНОСОВ-2013: материалы Международного молодежного научного форума. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2013. — 1 электрон. опт. диск.

¹⁶³ Стриженко А.А. Виртуальные сообщества как участники компьютерно-опосредованной коммуникации // Мир науки, культуры, образования. – 2010. - №3 (22). - с. 68.

5) единство целеполагания и достигаемое на этой основе взаимное доверие¹⁶⁴.

Признавая значимость вышеприведённых классификаций и актуальность рассмотренных характеристик в рамках Интернет-сообществ, мы полагаем, что наиболее значимыми особенностями Интернет-сообществ применительно к рассматриваемым нами сетевым сообществам социальных сетей являются:

- добровольность участия в сообществе и свобода выхода из него – данное свойство обеспечивает свободный и мобильный характер коммуникации;

- наличие общего интереса и/или цели участников, обеспечивающее создание сообщества на определённую тему;

- отсутствие обязательной связи членов сообщества между собой, определяющее выделение сетевых сообществ на эмпирическом уровне на основе реализуемых социокультурных практик даже при отсутствии виртуальной связи между пользователями (на основе включения в френд-лист) или знакомства их в реальной жизни¹⁶⁵.

Также можно выделить следующие системные свойства, характерные для всех Интернет-сообществ, независимо от их характера: децентрализованность, эмерджентность как принципиальную несводимость свойств сообщества к сумме свойств его членов, способность к самоорганизации.

Важным является определение соотношения между реальными и виртуальными (сетевыми) сообществами. По сути, сетевое сообщество может быть рассмотрено как реальное сообщество с реально организуемой социокультурной деятельностью, но опосредованной применением информационно-коммуникативных технологий. Сетевые сообщества, как

¹⁶⁴ Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума»). Бердянск, 2001. - с. 70-71.

¹⁶⁵ Гримов О.А. Трансформация субъектности в сетевых сообществах // Продолжая Грушина: материалы Третьей международной научно-практической социологической конференции – М.: ВЦИОМ, 2013. – с. 523.

правило, не имеют аналога (социальной группы) в реальности и формируются непосредственно в информационно-коммуникативном пространстве. Однако они могут быть основаны и на предварительной, реально осуществляемой деятельности, затем перенесённой в Сеть; такие сообщества являются наиболее устойчивыми. Таким образом, можно противопоставить две разнонаправленные тенденции взаимовлияния сетевых сообществ и реальных социальных групп: реальную групповую деятельность (реализуемую через совместные социокультурные практики) как фактор формирования сетевых сообществ, с одной стороны, и участие индивидов в сетевых сообществах как фактор реализации в «реальной» жизни запланированных и скоординированных в Сети форм деятельности – с другой.

Независимо от природы сетевого сообщества и наличия/отсутствия его прототипа в реальной жизни, сетевые сообщества являются полем реализации реальных социокультурных практик.

Благодаря возможности создания сетевых сообществ, социальные сети являются особой социокультурной средой, а не просто средством коммуникации. Воспроизводимость сетевой структуры в социальных сетях обеспечивается социальным конструированием (посредством социокультурных практик) институционализированных форм сетевого взаимодействия.

Сетевые сообщества социальных сетей выступают формой организованного институционализированного взаимодействия в условиях сетевого общества в рамках некоей регенерируемой, аутопойетической структуры, которая воспроизводится посредством осуществления социокультурных практик, структурирующих пространство информационно-коммуникативной культуры. Основой социокультурных практик в сетевых сообществах является коммуникация. Структурирование и воссоздание социокультурной реальности в сетевых сообществах осуществляется посредством различных коммуникативных практик: вступления в

сообщество, создания тем, написания постов, заметок, оставления комментариев, загрузки файлов и т.д.

В структуре социокультурного наполнения сетевых сообществ можно выделить два уровня: статический - отражающий определённые ценности, цели пользователей, паттерны коммуникативного взаимодействия и т.д., и динамический – характеризующий непосредственно осуществляемые социокультурные практики, в том числе, реализуемые в реальной жизни.

Актуальным является вопрос типологизации сетевых сообществ на основе выделения в них тех или иных структурных артефактов. Важным при решении этой задачи для нас являются идеи, выдвинутые Р.В. Кончаковским. Он даёт определение сетевого Интернет-сообщества как «возникающей в пространстве Интернет взаимосвязи индивидов и/или социальных общностей, основанием которых выступает «общностное знание», т.е. знание, разделяемое большинством членов сообщества, содержащее представления о данном сообществе и обуславливающее его интеграцию»¹⁶⁶. При этом «общностное знание», как отмечает Р.В. Кончаковский, «...выступает как ценность для членов сообщества и служит средством его воспроизводства»¹⁶⁷.

Р.В. Кончаковский приводит следующие типы общностного знания:

- экспертно-инструментальное (специальное знание в какой-либо области),
- контекстное (мировоззренческое, расширяющее возможности ориентации человека в окружающем мире),
- знание поведенческих образцов (базирующееся на повседневных практиках),
- зеркальное знание (знание о самом себе, получаемое в качестве обратной связи от других пользователей в сообществе),

¹⁶⁶ Кончаковский Р.В. Сетевое интернет-сообщество как социокультурный феномен: дис. ... канд. соц. наук. Екатеринбург, 2010. – с. 10.

¹⁶⁷ Там же, с. 11.

- личностно-ориентированное (презентационное, ориентированное на установление коммуникации)¹⁶⁸.

На основе приведённых типов общественного знания Р.В. Кончаковский выделяет контактные (для которых характерно экспертно-инструментальное, контекстное, зеркальное знание и знание поведенческих образцов) и массово-контактные сообщества (для которых характерно личностно-ориентированное знание)¹⁶⁹.

Выделенные Р.В. Кончаковским типы знания, артикулируемого и продуцируемого в сетевых сообществах (и продуцирующего их), являются методологически плодотворной идеей в рамках нашего исследования и акцентируют внимание на социокультурной составляющей сетевых сообществ, понимаемых, таким образом, как пространство социального конструирования реальности и жизненного мира личности. Признавая социально-конструирующий характер коммуникативных практик в сетевых сообществах и их социокультурную детерминированность, мы, однако, полагаем, что более актуальным в нашем случае является типология сетевых сообществ не по типу интегрирующего их общественного знания, а по критерию артикулируемых в них социокультурных образцов и целевых установок участников. На данной основе нами были выделены следующие типы сетевых сообществ:

1) научно-профессиональные (в том числе, учебные) – объединённые особой «профессиональной» этикой, достаточно узкой специализацией осуществляемой деятельности;

2) творческие – представлены сообществами с возможностью размещения продуктов собственного творчества (стихи, музыка, фото- и видеофайлы и т.д.) и ориентированными на творческое самовыражение личности (в том числе, авторские страницы представителей творческой

¹⁶⁸ Кончаковский Р.В. Сетевое интернет-сообщество как социокультурный феномен: дис. ... канд. соц. наук. Екатеринбург, 2010. – с. 102.

¹⁶⁹ Там же

интеллекции (художников, поэтов, фотографов и т.д.), а также сообщества, ориентированные на коммуникацию на тему творчества и искусства);

3) развлекательно-досуговые – разнообразные юмористические сообщества, сообщества по типу реализуемых досуговых практик (например, любители рыбалки и т.д.), группы поклонников определённой медиаперсоны (например, известного шоумена) или потребителей того или иного бренда, различные подписки, группы по интересам без жёсткой привязки к роду деятельности;

4) гражданско-политические – имеющие чётко обозначенную гражданскую (политическую) позицию, объединяющие сторонников тех или иных общественных или политических сил; в идеале направлены на координацию и практическую реализацию совместной деятельности в реальной жизни¹⁷⁰.

При всей условности данной типологии, она позволяет структурировать сетевые сообщества по типу социокультурной деятельности.

С целью изучения специфики реализуемой и координируемой социокультурной деятельности в сетевых сообществах нами был проведён контент-анализ 30 последних сообщений (постов) в отобранных случайным образом сообществах каждого типа в социальной сети «ВКонтакте» (каждого типа – 50 сообществ, итого 200 сообществ, 6000 сообщений). В качестве единицы анализа выступает каждое отдельно взятое сообщение. Единицами счёта в рамках исследования выступали сообщения (посты) по критерию наличия в них следующих признаков, которые являются соответствующими смысловыми единицами контент-анализа:

1) наличие призыва к действию – отражает стремление к расширению групповых связей и формированию групповой сплочённости;

¹⁷⁰ Гримов О.А. Сетевые сообщества социальных сетей как генератор личностной субъектности // ЛОМОНОСОВ-2013: материалы Международного молодежного научного форума. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2013. — 1 электрон. опт. диск.

2) наличие дискуссионности – комментарии к сообщениям, свободная коммуникация между пользователями;

3) наличие отчёта о деятельности – отражение результатов совместной групповой деятельности;

4) планируемая деятельность – различные напоминания, оповещения о готовящейся групповой деятельности;

5) цитирование – отсылка к другим сетевым ресурсам, сообществам, формирующая единое информационное пространство социальных сетей¹⁷¹.

В нашем исследовании изучаемые смысловые единицы не исключают друг друга; отдельно взятое сообщение может соответствовать всей совокупности данных критериев (и содержать в себе все единицы счёта). Описанные признаки, на наш взгляд, можно назвать сущностными свойствами сетевых сообществ, характеризующими их консолидирующий потенциал как средство достижения и координации группового взаимодействия.

Также нами отдельно изучались цели сообщений в сетевых сообществах, характеризующие их социокультурное содержание и направленность на совместно организуемую деятельность. Всю совокупность возможных целей сообщения (публикуемого от имени сообщества или отдельным участником) мы свели к следующим основным:

1) информационная цель - оповещение, осведомление;

2) высказывание личного мнения – постулирование собственной позиции, взглядов, высказывание в рамках дискуссии;

3) поддержка - поиск единомышленников, друзей или определённых данных (информационного контента);

4) самовыражение и самопрезентация - постулирование оригинальных идей, размещение продуктов собственного творчества, самопозиционирование как размещение информации о себе.

¹⁷¹ Гримов О.А. Сетевые сообщества социальных сетей как генератор личностной субъектности // ЛОМОНОСОВ-2013: материалы Международного молодежного научного форума. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2013. — 1 электрон. опт. диск.

Так же, как и в предыдущем случае, возможные цели сообщения не противоречат друг другу; отдельное сообщение может иметь любые из рассмотренных целевых установок и соответствовать нескольким единицам счёта.

В ходе контент-анализа были поставлены следующие задачи:

- 1) определить консолидирующий потенциал конкретных типов сетевых сообществ социальных сетей;
- 2) раскрыть механизмы интеграции членов сетевых сообществ;
- 3) выявить особенности осуществления совместной социокультурной деятельности (практик) в сетевых сообществах.

В ходе исследования было обнаружено, что наличие призыва к действию характерно, в основном, сообщениям гражданско-политических (75,8%) и научно-профессиональных (68,8%) сообществ. В сообществах развлекательно-досугового типа наличие призыва к действию характеризует 48,6% сообщений, в творческих – 28,3%. Дискуссионность сообщений распространена в сетевых сообществах следующим образом: гражданско-политические - 28,2%, научно-профессиональные - 23,8%, развлекательно-досуговые - 14,2%, творческие - 7,3%¹⁷². Анализ частоты сообщений, посвящённых планированию деятельности, позволяет противопоставить научно-профессиональные сообщества – с одной стороны - (12,8%) и творческие, развлекательно-досуговые и гражданско-политические сообщества (соответственно 6%, 5,6%, 5,1%), которые отличаются структурными особенностями планирования коллективной деятельности, - с другой. Можно заключить, что существенные свойства сетевых сообществ в отдельных их типах проявляются достаточно слабо. Результаты изучения информационного и социокультурного содержания сетевых сообществ позволяют особо отметить творческие сообщества, которые часто представлены авторскими страницами без возможности комментирования,

¹⁷² Гримов О.А. Сетевые сообщества социальных сетей как генератор личностной субъектности // ЛОМОНОСОВ-2013: материалы Международного молодежного научного форума. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2013. — 1 электрон. опт. диск.

сообществами со свободной публикацией продуктов собственного творчества без координации совместной деятельности¹⁷³. Специфические свойства творческих сообществ подтверждаются при анализе целей сообщений; творческим сообществам в наибольшей степени характерны (в сравнении с остальными сообществами) самовыражение (15,5%) и высказывание своего мнения (14,2%) – данные цели отражают в большей степени не групповое взаимодействие, а личностные интенции самореализации и в остальных типах сообществ значимо не наблюдаются.

Полное распределение целей сообщений (постов) в сетевых сообществах представлено в Таблице 8.

Таблица 8. Распределение целей сообщений в различных видах сетевых сообществ

<u>Тип сообщества/ цель сообщения</u>	<i>Самовыражение</i>	<i>Личное мнение</i>	<i>Информацион ная цель</i>	<i>Поддержка</i>
<u>Научно- профессиональные</u>	2,5%	5,16%	73,83%	31,16%
<u>Творческие</u>	15,5%	14,16%	60%	18,83%
<u>Развлекательно- досуговые</u>	6,33%	3,33%	81,5%	32,16%
<u>Гражданско- политические</u>	1%	6%	84,5%	18,16%

При анализе таблицы можно заметить, что определяющей целью подавляющего большинства сообщений во всех видах сообществ является информационная цель (от 60% до 84,5%). Данный факт, на наш взгляд, не столько говорит о значимости информации (различного контента) и различных форм её циркуляции (оповещение, приглашение к участию и т.д.) в ходе коммуникации в сетевых сообществах, сколько отражает информационную природу всех реализуемых в сетевых сообществах социокультурных практик. При этом, такая цель, как «поддержка», операторами которой выступают непосредственно коллективные практики

¹⁷³ Гримов О.А. Сетевые сообщества социальных сетей как генератор личностной субъектности // ЛОМОНОСОВ-2013: материалы Международного молодежного научного форума. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2013. — 1 электрон. опт. диск.

(поиск друзей, единомышленников, расширение связей и контактов, организация взаимодействия) и которая характеризует сущностные стороны группового взаимодействия в сетевых сообществах, выражена не столь явно (от 18,16% в гражданско-политических до 32,16% в развлекательно-досуговых сообществах). То есть, цели сообщений, соответствующие организации группового взаимодействия посредством расширения межличностных связей в группе (что является одной из важнейших составляющих групповой активности) находятся лишь на 2-м месте по значимости после информационных целей.

Одним из ключевых факторов консолидации сообщества в информационном пространстве является использование цитирования членом сообщества других участников с помощью системы гиперссылок или кроссцитирования. Как показало исследование, наиболее часто «цитирование» как свойство сообщений встречается в сообществах гражданско-политических (4,83%) и научно-профессиональных (3,83%), что отражает отмеченную нами выше тенденцию к большей ориентированности гражданско-политических и научно-профессиональных сообществ на координацию совместно реализуемой деятельности, чем развлекательно-досуговых и творческих (соответственно показатель цитируемости – 2,5% и 2,33%). Впрочем, разница между рассмотренными показателями может быть признана несущественной. В целом, свойство цитирования как смыслообразующий и консолидирующий фактор группового взаимодействия в сетевых сообществах представлено недостаточно сильно.

В рамках структуры сообщений и организации совместной социокультурной деятельности большое значение имеет публикация отчёта о проведённой деятельности, размещение тех или иных её результатов. Так, свойство «наличие отчёта о деятельности», будучи потенциальным показателем сплочённости сообщества, наиболее характерно для творческих (22,5%) и развлекательно-досуговых сообществ (19,66%). В гражданско-политических и научно-профессиональных сообществах данное свойство

встречается сравнительно реже (16,33% и 9% соответственно). Содержательный анализ сообщений показывает, что, однако, здесь нет противоречия с вышеприведёнными выводами о большей ориентированности научно-профессиональных и гражданско-политических сообществ на координацию совместно реализуемой социокультурной деятельности. Рассмотренные сообщения в творческих и развлекательно-досуговых сообществах, соответствующие критерию/свойству «наличие отчёта о деятельности», как правило, отражают именно личностные практики – представляют собой продукты творчества (в творческих сообществах) или результаты индивидуальной деятельности (в развлекательно-досуговых сообществах), а не коллективно организуемые формы деятельности; данная особенность только подчёркивает обнаруженную нами разницу между научно-профессиональными и гражданско-политическими сообществами, с одной стороны, и творческими и развлекательно-досуговыми – с другой.

С целью дополнения и уточнения основанных на применении контент-анализа выводов нами также было проведено исследование некоторых вопросов, касающихся активности пользователей социальных сетей в сетевых сообществах, методом онлайн-опроса. Как показывают результаты исследования, абсолютное большинство респондентов (99%) состоят в тех или иных сетевых сообществах, что отражает прямую зависимость между участием в социально-сетевой коммуникации и потребностью в структурировании своего личного пространства посредством налаживания виртуальных групповых связей. Сообщества по своей тематике распределились следующим образом: развлекательно-досуговые (82%); научно-профессиональные (77%); творческие (76%); гражданско-политические (20%); другое (7%)¹⁷⁴.

Практически каждый тип сообщества широко востребован пользователями – от 76% до 82%. Исключением являются гражданско-

¹⁷⁴ Гримов О.А. Трансформация субъектности в сетевых сообществах // Продолжая Грушина: материалы Третьей международной научно-практической социологической конференции – М.: ВЦИОМ, 2013. – с. 524.

политические сообщества, которые в основном ориентированы на обсуждение общественно значимых проблем, активную коммуникацию и координацию взаимодействия пользователей в реальной жизни. То есть, сообщества подобного типа основаны на активном социальном участии и коммуникативной деятельности пользователей. С этим свойством, на наш взгляд, коррелирует их относительная непопулярность, которая, однако, компенсируется уровнем активности пользователей как внутри таких сообществ (например, в формате оживлённых дискуссий), так и в реальной жизни (в виде спланированных и подготовленных в Сети митингов, акций). В отличие от гражданско-политических сообществ, остальные сетевые сообщества гораздо менее используются для непосредственной координации совместной деятельности. Так, в научно-профессиональных сообществах (всё же, как нами было установлено в ходе контент-анализа, в достаточной мере служащих делу групповой сплочённости) совместная деятельность может предполагать лишь определённый обмен опытом без консолидации сил для решения общих задач. Кроме уже рассмотренных нами творческих сообществ, отдельно стоит отметить наиболее распространённые сообщества - развлекательно-досуговые (82%), которые, как правило, характеризуются утилитарностью социокультурных практик и наименьшей степенью общности между членами сообщества. Базовой ценностью в развлекательно-досуговых сообществах является возможность свободного доступа к размещаемым материалам; связь между пользователями при их огромном количестве (измеряемом сотнями тысяч участников) может быть сугубо номинальной. Также необходимо отметить, что участие в определённом сообществе может служить лишь статусным маркером и не отражать истинных интересов и целей личности¹⁷⁵. В связи с этим представляет интерес распределение ответов на вопрос о характере связи членов сетевых сообществ, представленное в Таблице 9.

¹⁷⁵ Гримов О.А. Трансформация субъектности в сетевых сообществах // Продолжая Грушина: материалы Третьей международной научно-практической социологической конференции – М.: ВЦИОМ, 2013. – с. 524.

Таблица 9. Распределение ответов на вопрос: «Что Вас связывает с другими членами Ваших сообществ в социальных сетях? (до 3-х вариантов ответа)»

Вариант ответа	% пользователей
Общность интересов, целей	73%
Возможность свободного общения и обмена мнениями на интересующую тему	49%
Возможность свободного доступа к определённым информационным ресурсам	48%
Личное знакомство в реальной жизни	36%
Возможность организации и координации деятельности в реальной жизни	30%
Определённый прошлый опыт	18%
Другое	2%

Основным фактором связи членов сообщества между собой является общность их интересов и целей (73%). Также стоит выделить варианты «возможность свободного общения и обмена мнениями на интересующую тему» (49%) и «возможность свободного доступа к определённым информационным ресурсам» (48%). Как мы видим, данные показатели во многом подтверждают наш вывод о преобладании в структуре связи между пользователями в отдельных видах сообществ не совместных, но одновременных (обусловленных сообществом как средством их реализации) социокультурных практик, сводимых к потреблению определённого контента в условиях общих вкусов и пристрастий (например, в сообществах поклонников музыкального коллектива). Индикаторы реальной групповой идентичности и сплочённости, характеризующие активность собственно групповой деятельности и тесноту связи между членами, - «личное знакомство в реальной жизни» (36%), «возможность организации и координации деятельности в реальной жизни» (30%), «определённый прошлый опыт» (18%) имеют значительно меньший вес. Наиболее значимым

подлинно групповым взаимодействием является лишь «возможность свободного общения и обмена мнениями на интересующую тему» (49%), отражающая межличностную и групповую коммуникацию между пользователями.

Любопытно также, что участие в сетевых сообществах почти каждым трём из четырёх респондентов (73%) даёт досуг и развлечения, 39% - возможность обмена опытом; одинаковому количеству опрошенных - 31% - сетевые сообщества служат в основном для поиска единомышленников и организации совместной деятельности в реальной жизни. Ещё 17% респондентов отметили возможность самореализации и самоутверждения. Как можно заключить из приведённых данных, практические последствия участия в сетевых сообществах представлены, главным образом, осуществлением досуговых практик; коммуникативные и консолидационные эффекты сетевого взаимодействия, несмотря на значительный социально-технологический потенциал сетевых сообществ, удовлетворяются пользователями в гораздо меньшей степени¹⁷⁶.

В связи с этим ещё раз обратимся к анализу распределения ответов на вопрос о целях пользователей в социальных сетях (см. Табл. 10).

Можно сделать вывод, что главной целью, актуальной в социальных сетях, является удовлетворение носящих личностный характер потребностей (информационно-коммуникативных, развлекательно-досуговых) - итоговые места 1-4. С другой стороны, подлинно коллективные практики, по определению решаемые совместными действиями в рамках сообщества («обсуждение различных проблем», «организация коллективной деятельности», «поиск друзей, единомышленников» и т.д.), имеют гораздо меньший вес (итоговые места 8, 9, 11)¹⁷⁷.

¹⁷⁶ Гримов О.А. Трансформация субъектности в сетевых сообществах // Продолжая Грушина: материалы Третьей международной научно-практической социологической конференции – М.: ВЦИОМ, 2013. – с. 524-525.

¹⁷⁷ Гримов О.А. Трансформация субъектности в сетевых сообществах // Продолжая Грушина: материалы Третьей международной научно-практической социологической конференции – М.: ВЦИОМ, 2013. – с. 525.

Таблица 10. Распределение ответов на вопрос: «Насколько важным для Вас в социальных сетях является достижение следующих целей? (от 1 до 10, где 1 – совсем не важно, 10 – очень важно)»

Цели, преследуемые в социальных сетях	Средний балл	Итоговое место
быстрая и удобная коммуникация	9.04	1
свободный доступ к различным информационным ресурсам	8.76	2
расширение кругозора	7.74	3
интересное времяпрепровождение	7.26	4
психологическая разгрузка, релаксация	7.00	5
выражение своих идей, мнений, чувств	6.78	6
приобщение к культурным ценностям	6.48	7
обсуждение различных проблем	6.42	8
организация коллективной деятельности	6.32	9
организация личного пространства (организация встреч, событий, напоминания и проч.)	6.24	10
поиск друзей, единомышленников	6.10	11
творческое самовыражение	6.04	12
ощущение поддержки, причастности	5.94	13
приобщение к чужому опыту	5.54	14
создание нового образа, имиджа	4.70	15

Результаты исследования позволяют отметить чёткое разграничение двух типов субъектности, имеющих онтологический смысл выделения субъекта деятельности, в сетевых сообществах социальных сетей. Наряду с надличностной (или групповой), формируется личностная субъектность, которая ориентирована на достижение личностных целей через участие в дезинтегрированном сообществе. Классический концепт сообщества, отражающий идеи групповой идентичности, тесных связей между членами и координацию их совместной деятельности, в социальных сетях подвергается значительным трансформациям (в первую очередь, в творческих и

развлекательно-досуговых сообществах). В сетевых сообществах социальных сетей общность интересов и ценностей пользователей как потенциальное условие их коллективной деятельности может редуцироваться лишь к «соприсутствию» как не взаимно обусловленному, но одновременному процессу производства (и всё чаще – потребления) социокультурных практик при отсутствии реально формируемой групповой идентичности и координируемой групповой активности. Содержательный анализ «лично-субъектных» (лично-ориентированных) сообществ позволяет сделать вывод о преобладании в структуре их деятельности информационной составляющей как условия свободного доступа к контенту¹⁷⁸.

Установленная нами трансформация социальности в сетевых сообществах, выраженная в актуализации личностной и частичном нивелировании собственно групповой субъектности, позволяет рассматривать сетевые сообщества как особую среду самоконструирования личности¹⁷⁹. Развитие личности посредством самоконструирования в условиях превалирования личностной субъектности, присущей, в первую очередь, творческим и развлекательно-досуговым сообществам, обеспечивается путём разнообразных личностных социокультурных практик: потребления и размещения информационного контента (разнообразной информации - как по своему формату (тексты, аудио, фото-, видеофайлы), так и по своей сущности - реплики в коммуникации, продукты творчества и т.д.), определённых форм межличностной коммуникации. Иными словами, в условиях личностной субъектности сообщество перестаёт быть референтной группой для личности; её деятельность, не будучи соотносимой с деятельностью сообщества, представляет собой «рафинированное»,

¹⁷⁸ Гримов О.А. Сетевые сообщества социальных сетей как генератор личностной субъектности // ЛОМОНОСОВ-2013: материалы Международного молодежного научного форума. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2013. — 1 электрон. опт. диск.

¹⁷⁹ Гримов О.А. Трансформация субъектности в сетевых сообществах // Продолжая Грушина: материалы Третьей международной научно-практической социологической конференции – М.: ВЦИОМ, 2013. – С. 523-525. – 0,25 п.л.

аутентичное самоконструирование, не ограниченное рамками и нормами сообщества. Сетевое сообщество в таком случае становится лишь средством («фоном») достижения определённых социокультурных личностных целей, но не средой, обуславливающей их достижение через приобщение личности к паттернам группового взаимодействия. Сообщества с личностной субъектностью – творческие и развлекательно-досуговые – направлены непосредственно на личностную самореализацию без жёсткой привязки к членству в сообществе и групповой идентичности. В условиях же надличностной (собственно групповой) субъектности, характерной для научно-профессиональных и гражданско-политических сообществ, личность самоактуализируется посредством участия в координации и осуществлении групповой деятельности и соотнесении себя с сообществом путём формирования групповой идентичности и сплочённости. В ходе участия личности в совместной групповой деятельности, которая может носить как виртуальный (деятельность сообщества в Сети, по сути, ограниченная коммуникацией), так и реальный характер (запланированные в Сети и претворённые затем в реальную жизнь формы групповой деятельности), личностью усваиваются принятые в сообществе социокультурные нормы и паттерны. Примером таких сообществ могут служить различные политические сообщества, профессиональные группы, ориентированные, соответственно, на проведение политических акций или научных мероприятий – участие в которых служит вектором самоконструирования личности как приобщение к различным видам деятельности и самоидентификации.

Таким образом, независимо от формы субъектности, характеризующей сообщество, сетевые сообщества представляют личности разнообразные каналы и средства для самоконструирования. Однако выделенная нами личностная субъектность сетевых сообществ оспаривает саму идею существования сообществ (в классическом понимании) в социальных сетях и

позволяет рассматривать их (сообщества) как условие непосредственного самоконструирования личности.

В данном параграфе нами рассмотрены социокультурные основания формирования и функционирования сетевых сообществ, раскрыт методологический подход к их определению и анализу, проанализированы ключевые характеристики сетевых взаимодействий и социокультурных практик в сетевых сообществах как особой формы самоконструирования личности. Формирование сетевых сообществ как способа социальной организации отражает деформацию социальности в современном мире и происходит в условиях нарастания двух взаимоисключающих тенденций как социокультурных образцов бытийствования личности – индивидуализации и социальной интеграции. Сетевые сообщества определяются нами как добровольно формируемые в информационно-коммуникативном пространстве социальных сетей объединения пользователей, основанные на общности разделяемых ими интересов и/или ценностей в ходе производства и потребления социокультурных практик. Системообразующими характеристиками сетевых сообществ являются:

- добровольность участия в сообществе и свобода выхода из него;
- наличие общего интереса и/или цели участников;
- отсутствие обязательной связи членов сообщества между собой.

По критерию артикулируемых в сетевых сообществах социокультурных образцов и целевых установок участников нами были выделены следующие типы сетевых сообществ:

- 1) научно-профессиональные (в том числе, учебные);
- 2) творческие;
- 3) развлекательно-досуговые;
- 4) гражданско-политические.

В результате исследования, проведённого методами контент-анализа и анкетирования, нами было выяснено, что в сетевых сообществах можно провести чёткое разграничение двух типов субъектности, имеющее

онтологический смысл. Наряду с групповой формируется личностная субъектность (понимаемая как форма социальности), направленная на достижение личностных целей посредством участия в по существу дезинтегрированном сообществе, что подрывает основы классического конструкта сообщества, ориентированного на формирование групповой идентичности, тесные связи между членами и координацию их совместной деятельности.

Таким образом, самоконструирование в сетевых сообществах может проявляться не только посредством организации и осуществления коллективной деятельности, характеризующей высший уровень социальности и социокультурной интеграции личности в социальную сеть, но и на уровне непосредственных личностно-ориентированных социокультурных практик, не опосредованных жёсткой социальной привязанностью к коллективному социальному субъекту, что ещё раз позволяет охарактеризовать сетевые взаимодействия в сетевых сообществах как высший уровень самоконструирования личности, отличающийся сложностью проявлений и социокультурных последствий. Особенности социокультурного влияния практик самоконструирования в разрезе актуализируемых ими личностных и общественных трансформаций будут раскрыты в следующем параграфе.

§2.3. Комплексная социокультурная оценка практик самоконструирования личности в социальных сетях

Социокультурные практики самоконструирования в социальных сетях как сложном социокультурном полифункциональном конструкте являются одним из наиболее значимых и, в то же время, сложных и противоречивых факторов личностных и общественных трансформаций, что актуализирует необходимость перехода от анализа социально-технологических (в первую очередь, информационно-коммуникативных) условий социальных сетей,

форм социальных практик и их конкретных проявлений - к комплексной оценке социокультурного воздействия опосредованных применением социальных сетей социокультурных практик на личность и общество.

Как нами уже упоминалось, базовой (интегральной) практикой в социальных сетях, обуславливающей возможность всех остальных, является коммуникация. Таким образом, одним из ключевых факторов реализации социокультурных практик является успешное достижение коммуникативных целей. Вследствие этого становится актуальным изучение тех качеств (индикаторов), которые, по мнению пользователей, характеризуют успешную коммуникацию и, соответственно, могут рассматриваться как коммуникативная цель пользователей при реализации ими социокультурных практик самоконструирования.

Уточнение основных результатов онлайн-опроса исследованием социокультурных практик студентов позволило нам установить, что наиболее значимыми качествами успешной коммуникации для пользователей являются: скорость и удобство коммуникации - 55,6%, эмоциональность контакта - 39,8% (предлагалось выбрать до 3-х вариантов ответа). В целом, разнонаправленные характеристики, отражающие как инструментально-технологические, так и социально-психологические свойства коммуникации, выбраны пользователями достаточно равномерно в пределах 26-33%. Данный факт позволяет говорить о комплексном характере предъявляемых пользователями к коммуникации базовых требований, определяющих характер реализуемых социокультурных практик (см. Табл. 11).

Отметим, что нами изучались базовые характеристики коммуникации не применительно к конкретному коммуникативному средству, а ценные для пользователей сами по себе.

Таблица 11. Распределение ответов на вопрос «Какие качества, на Ваш взгляд, характеризуют успешную коммуникацию?» (до 3-х вариантов ответа)

Качества коммуникации	Частота, в %
Скорость и удобство	55,6%
Эмоциональность контакта	39,8%
Передача информации до адресата	32,7%
Добровольный характер	30,4%
Наличие непосредственного (физического) контакта с собеседником	29,2%
Отсутствие пространственно-временных ограничений	28,7%
Креативность, творческий характер	26,9%
Использование паралингвистических, невербальных средств	14,0%
Другое	0,6%

Как мы можем видеть, в числе основных показателей, характеризующих успешную коммуникацию, значимое место занимают свойства коммуникации, определяющие формирование особого информационно-коммуникативного пространства, основанного, в частности, на добровольном, свободном и креативном характере коммуникации. Данный запрос находит своё технологическое воплощение в социальных сетях, служащих непосредственным объектом нашего интереса. При этом является актуальной оценка социокультурного содержания коммуникации в социальных сетях, а также социокультурного влияния тех основных характеристик, которые её определяют.

Данный вопрос изучался нами посредством определения преимуществ и недостатков виртуальной коммуникации в социальных сетях перед «обычной» коммуникацией, понимаемой здесь просто как общение.

Кодирование ответов на открытый вопрос «В чём Вы видите преимущества общения в социальных сетях перед обычным общением?» позволило выделить определённые типы пользовательской аргументации при указании тех или иных преимуществ виртуального общения в социальных сетях. При этом отметим, что в аргументации респондентов произошло смещение в сторону оценки не столько коммуникации, сколько социальных сетей как коммуникативной среды (см. Табл. 12).

Таблица 12. Распределение ответов на открытый вопрос о преимуществах коммуникации в социальных сетях

Тип аргументации (преимущества коммуникации в социальных сетях)	Пример	Частота упоминания (от общего, в %)
Утилитарный	Бесплатная коммуникация, свободный доступ к информационным ресурсам	16,1
Социально-психологический	Раскрепощение, возможность анонимности, отсутствие непосредственного контакта, преодоление коммуникативных барьеров	21,9
Инструментально-технологический	Нивелирование пространственно-временных ограничений, возможность отложенной коммуникации и одновременной коммуникации с множеством пользователей	46,2
Социально-деятельностный	Обмен информацией, поиск новых знакомых, возможность самовыражения, возможность коммуникации со знаменитыми людьми, развлечение, организация рабочей группы	15,4
Другое	Нет преимуществ	0,4
Итого		100,0

Как мы видим, в структуре преимуществ коммуникации пользователями особо выделяются инструментально-технологические, характеризующие обусловленные информационной природой и конкретными технологическими особенностями достоинства социальных сетей. В целом, необходимо отметить, что социальные сети представляют собой полифункциональную среду и имеют различные коммуникационные преимущества - от утилитарных до социально-деятельностных, определяющие в итоге возможности богатой социокультурной деятельности.

К недостаткам коммуникации в социальных сетях пользователями были отнесены многочисленные варианты, отражающие разнообразные свойства виртуального общения. Кодирование ответов на открытый вопрос «В чём Вы видите недостатки общения в социальных сетях в сравнении с обычным общением?» позволило выделить следующие их типы (см. Табл. 13).

Таблица 13. Распределение ответов на открытый вопрос о недостатках коммуникации в социальных сетях

Тип аргументации (недостатки коммуникации в социальных сетях)	Пример	Частота упоминания (от общего, в %)
Инструментальный (недостатки, вытекающие из природы Интернет-коммуникации)	Вред здоровью (падение зрения и т.д.), низкая скорость Интернет-соединения	9,4
Коммуникативные риски	Спам, потеря конфиденциальной информации, экстремистские и порнографические материалы, возможность лжи и анонимности	18,7
Недостатки самого акта коммуникации – неэффективность и неполноценность	Отсутствие паралингвистических средств коммуникации, безэмоциональность и поверхностность общения, снижение уровня коммуникативной и речевой культуры, искажение понимания собеседника	55,7
Развитие психологических рисков	Интернет-аддикция, необязательность отношений, вытеснение реального общения, социальные страхи	14,6
Другое	Нет недостатков	1,8
Итого		100,0

Любопытно, что некоторые качества коммуникации в социальных сетях – упоминаются респондентами и в качестве недостатков и в качестве

преимуществ, что говорит об амбивалентном характере тех или иных особенностей коммуникации.

Более половины респондентов (55,7%) отмечают в качестве главного недостатка коммуникации в социальных сетях её неэффективность и слабую атрибутивность черт реальной коммуникации. Данная тенденция находит выражение в замещении тех или иных компонентов коммуникации в социальных сетях виртуальными эквивалентами. Иными словами, коммуникация в социальных сетях отличается частичной виртуализацией социальных связей, девальвацией устойчивых социальных конструктов. Так, система межличностной коммуникации в социальных сетях основана на формировании т.н. френд-листа или списка друзей, в который включены пользователи социальной сети, с которыми налажена виртуальная связь, не предполагающая, однако, обязательной связи (знакомства) в реальной жизни. Как правило, такие контакты называются «друзьями». Данная практика носит подчёркнуто символический характер; изначальный смысл и содержание понятия «друг», наделённого чертами интимности и духовной близости, редуцируется к простому нажатию на кнопку «добавить в друзья», не налагающему никаких обязательств. С такой же лёгкостью, как и добавить в друзья, человека можно удалить из своего френд-листа.

Одной из основных проблем является определение влияния виртуальной коммуникации на развитие конкретных коммуникативных качеств личности. С этой целью при изучении социокультурных аспектов практик социально-сетевой коммуникации студенчества нами был задан специальный вопрос (см. Табл. 14).

Таблица 14. Влияние виртуальной коммуникации социальных сетей на формирование коммуникативных качеств личности

№	Коммуникативные качества личности	Количество выборов пользователями, в %	Коммуникативные качества личности	Количество выборов пользователями, в %
1	активность	47,5%	пассивность	52,5%
2	искренность	14,3%	лживость	85,2%
3	решительность	49,5%	нерешительность	50,5%
4	коммуникабельность	72,9%	некоммуникабельность	27,1%
5	креативность	45,3%	стандартное мышление	54,7%
6	открытость	62,6%	замкнутость	37,4%
7	толерантность	16,9%	конфликтность	83,1%
8	ответственность	5,8%	безответственность	94,2%
9	интеллигентность	6,8%	низкий уровень общей культуры	93,2%

Респондентам предлагалось выбрать в каждой из девяти предложенных пар противоположных ответов (альтернативных вариантов) тот вариант, который, отражает, на их взгляд, востребованные в социальных сетях коммуникативные качества личности.

Рассмотрим их более подробно.

В паре «активность - пассивность» респондентами примерно одинаково выбраны оба варианта с небольшим преимуществом варианта «пассивность». С одной стороны, коммуникация в социальных сетях отличается целенаправленным характером, самостоятельным выбором каналов и средств реализации коммуникативных практик. В то же время социальные сети формируют потребительский образ жизни, пассивное усвоение информации.

В паре «искренность - лживость» подавляющим большинством респондентов выбран вариант «лживость». Несмотря на возможность анонимности, влекущей за собой смягчение коммуникативных затруднений и

большую лёгкость в установлении контакта, на практике, по мнению респондентов, в значительной степени востребована лживость как проявление неискренности. Однако данное понятие может и не иметь отрицательных коннотаций, означая просто формирование альтернативной идентичности. Тем не менее, как нами было установлено в §1.2. на примере самопрезентации личности, в социальных сетях актуально именно самоутверждение личности путём указания своих подлинных данных; возможности проявления неискренности характерны, в первую очередь, для межличностной коммуникации.

В паре «решительность - нерешительность» респондентами практически одинаково выбраны оба варианта, которые по значению переключаются с семантикой пары «активность - пассивность» и отражают разнонаправленные интенции в межличностной коммуникации.

В паре «коммуникабельность - некоммуникабельность» со значительным перевесом выбран вариант «коммуникабельность» - как важное качество личности в мобильном коммуникативном пространстве социальных сетей. Актуализация некоммуникабельности может происходить в условиях пассивной поведенческой стратегии пользователей, их психологической неуверенности и т.д.

В паре «креативность - стандартное мышление» пользователями с небольшим преимуществом выбран вариант «стандартное мышление» как отражение пассивного потребления транслируемых паттернов и культурных продуктов без стремления к изменению наличного пространства информационно-коммуникативной культуры.

В паре «открытость - замкнутость» примерно две трети респондентов выбрали вариант «открытость», отражающий при возможной неискренности и стандартном мышлении готовность к новым коммуникативным контактам.

В паре «толерантность – конфликтность» подавляющим большинством респондентов выбран вариант «конфликтность», отражающий нетерпимость, конфликтную коммуникативную интенцию. Данное влияние социальных

сетей базируется на свободном характере выражения своего мнения, которое имеет своей оборотной стороной неконструктивность диалога, взаимные оскорбления. Во многом это объясняется отсутствием физического контакта с собеседником, возможным ощущением безнаказанности, широко используемыми в таком явлении, как «троллинг» (оскорбительные высказывания с целью разжигания конфликта).

В паре «ответственность – безответственность» подавляющее большинство (93,2%) выбрало вариант «безответственность», характеризующий вольное отношение к коммуникации, безнаказанность, осуществление деструктивной и социально опасной деятельности.

В паре «интеллигентность - низкий уровень общей культуры» практически всеми респондентами выбран вариант «низкий уровень общей культуры», отражающий крайне невысокую оценку объектов информационно-коммуникативной культуры социальных сетей как пространства социокультурной деятельности и социализации.

Таким образом, пользователи в значительном своём большинстве, наряду с положительным воздействием, отмечают также отрицательное влияние социальных сетей, характеризующееся востребованностью в них социально-деструктивных личностных качеств (конфликтность, безответственность, низкий уровень общей культуры). Данная амбивалентность (актуализация противоречивых качеств личности) отражает сложный характер социальных сетей и бытия личности в них, а также фундируется её (личности) дуалистическим статусом, определяющим как возможности развития, так и социокультурные риски.

Нами был проведён сравнительный анализ качеств, которые, по мнению пользователей, востребованы в социальных сетях, и качеств, которые они по самооценке сами проявляют. С этой целью респондентам требовалось ответить на открытый вопрос: «Какие личные качества Вы проявляете в социальных сетях?» Данный вопрос предполагает не только рефлексивную самооценку пользователями тех качеств, которые они

проявляют в ходе коммуникации в социальных сетях, но и оценку качеств коммуникативного пространства социальных сетей как среды социализации.

В большинстве данных респондентами ответов (82%) указаны определённые положительные качества личности (интеллигентность, культура речи, открытость, честность, толерантность, креативность, любознательность, доброта, вежливость, находчивость, альтруизм); нейтральные качества (активность, последовательность, инициативность, коммуникабельность, осторожность, раскрепощённость), не несущие априорной моральной окраски и по-разному проявляемые в конкретном контексте, указаны 3% респондентов; отрицательные качества (лживость, стандартное мышление, лень) указаны 10% респондентов; разное – 5%. Налицо противоречие между декларируемой пользователями ценностью определённых качеств личности в социальных сетях и отсутствием значимого их проявления в реальной практике. Данный факт можно объяснить слабым уровнем самоидентификации в общем пространстве информационно-коммуникативной культуры социальных сетей, т.е. недостаточной саморефлексией своего статуса в контексте общих тенденций социокультурного воздействия социальных сетей на личность и общество. Также это может быть связано с различной отнесённостью тех или иных личностных качеств и преследуемых целей в каждом конкретном случае оценки. В связи с этим любопытно, что в отмечаемых респондентами как проявляемых ими в социальных сетях личностных качествах, преобладают те, которые направлены непосредственно на социальное взаимодействие как интеграцию в социокультурную среду с усвоением наличных паттернов, что позволяет ещё раз отметить приоритет установок на реализацию коммуникативных практик перед развитием творческих качеств.

Одним из важнейших социокультурных аспектов бытия личности в социальных сетях является осознание возможных рисков (последствий) осуществления в них социокультурных практик самоконструирования.

Рассмотрим их более детально.

В социальных сетях отмечается снижение уровня коммуникативной культуры пользователей. Широкое распространение получает снижение общего уровня грамотности, пренебрежение элементарными правилами орфографии и пунктуации. Упрощение коммуникативной культуры пользователей характеризуется снижением уровня вербальных высказываний. Уровень вербальной активности говорит о трансформации парадигмы языковой личности; именно язык как одна из фундаментальных основ самоактуализации становится средством поверхностных символических практик. Творческое создание и переработка информации, нередко подменяются репостом (повторной публикацией чужого сообщения) или добавлением в избранное, что говорит также об упрощении эмоциональной составляющей социально-сетевой коммуникации. Так, в социальных сетях наблюдается замена эмоциональных компонентов общения эмодзи (т.н. «смайликами») - индикаторами эмоционального состояния, которые являются графическими заменителями определённых эмоциональных состояний.

Актуальны также различные информационно-коммуникативные риски, связанные с содержательным аспектом наполнения социальных сетей. Так, широко распространено в социальных сетях размещение социально опасной информации (экстремистские и порнографические материалы), спам, кража индивидуальных данных и т.д. Американский исследователь социальных медиа Дана Бойд отмечает две основные негативные тенденции, наблюдаемые в социальных сетях: сексуальные домогательства и потеря конфиденциальной информации, так же отражающие информационные опасности в социальных сетях¹⁸⁰.

Значительны также информационные риски социальных сетей на государственном уровне. В современном мире всё более актуальной является

¹⁸⁰ Boyd D., Ellison N. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship // Journal of Computer-Mediated Communication. — 2007. — Т. 13. — № 1. — p. 210-230.

угроза утраты информационного суверенитета, опасность информационной войны, направленной на политическую и культурную экспансию, дестабилизацию технологических оснований национальной информационной безопасности. Серьезные социальные последствия может нести использование современных сетевых технологий (средства мобильной связи, социальные сети) для консолидации политических сил различного рода, особенно ярко проявивших себя в Молдавии в 2009 г., Арабской весне 2010-2011 гг., протестных митингах в России 2011-2012 гг. и т.д. Дистанцируясь от политических воззрений и предпочтений, а так же обоснованных ими морально-нравственных оценок последствий подобного применения социальных сетей, мы можем отметить, что социальные сети трансформируют способы коммуникативного воздействия в политическом пространстве и становятся инструментом политической борьбы, формируя тем самым новые формы социокультурных практик в политической сфере.

Как можно видеть из анализа таблицы, в которой представлена оценка пользователями возможных социально-деструктивных последствий виртуальной коммуникации в социальных сетях, все рассматриваемые риски оцениваются ими как умеренно высокие: от 6,88 до 8,13 баллов по 10-балльной шкале (где 1- крайне низкая вероятность последствия, 10 – очень высокая). Таким образом, пользователи осознают возможные последствия виртуальной коммуникации в социальных сетях и считают их достаточно реальными; в первую очередь, это Интернет-зависимость и виртуализация общения (см. Табл. 15).

Таблица 15. Оценка пользователями вероятности наступления различных последствий виртуальной коммуникации в социальных сетях (по 10-балльной шкале, где 1 – крайне низкая вероятность, 10 – очень высокая).

Возможные последствия виртуальной коммуникации в социальных сетях	Оценка вероятности (средний балл)
Интернет-зависимость	8,13
Виртуализация общения	8,01
Использование социальных сетей в политических целях	7,45
Ослабление социальных связей в реальной жизни	7,22
Утеря конфиденциальной информации	7,19
Распространение социально опасной информации	7,18
Снижение общего уровня коммуникативной культуры	6,88

В следующем вопросе респондентам предлагалось оценить уже не вероятность определённых социокультурных последствий виртуальной коммуникации в социальных сетях, а само влияние этих последствий, т.е. степень их деструктивности (см. Табл. 16).

Таблица 16. Оценка пользователями влияния различных последствий виртуальной коммуникации в социальных сетях на реальную жизнь (по 10-балльной шкале, где 1 - крайне негативное влияние, 10 – очень положительное).

Возможные последствия виртуальной коммуникации в социальных сетях	Оценка влияния на реальную жизнь (средний балл)
Распространение социально опасной информации	3,98
Снижение общего уровня коммуникативной культуры	4,02
Утеря конфиденциальной информации	4,15
Интернет-зависимость	4,24
Ослабление социальных связей в реальной жизни	4,24
Виртуализация общения	4,87
Использование социальных сетей в политических целях	5,36

Пользователи оценивают влияние рассматриваемых рисков в целом как умеренно отрицательное – от 3,98 до 5,36 баллов по 10-балльной шкале, где 1 - крайне негативное влияние, 10 – очень положительное. Наиболее отрицательное влияние, по мнению пользователей, оказывают распространение социально опасной информации и снижение общего уровня коммуникативной культуры.

По итогам анализа приведённых данных особого внимания заслуживает Интернет-аддикция (зависимость), оцениваемая пользователями как наиболее реальное последствие коммуникации в социальных сетях, что соответствует так же общепринятой академической точке зрения – именно с Интернет-аддикцией в научном дискурсе связываются главные риски социальных сетей. Интернет-зависимость (и как её частный случай, зависимость от социальных сетей) является одним из наиболее значимых индикаторов социокультурного бытия личности в социальных сетях и характеризует уровень её втянутости в процесс социально-конструктивной

деятельности, который может характеризоваться как положительным, так и отрицательным образом.

Любопытные результаты были получены нами при анализе ответов на вопрос об оценке пользователями самоощущения зависимости от социальных сетей. Так, в той или иной мере чувствуют зависимость от социальных сетей (использовался кумулятивный процент) – более половины студентов - 52,6%. Примерно столько же – 47,4% - отрицают зависимость. Стоит отметить, что самоощущение пользователей носит субъективный характер; факт Интернет-зависимости может быть установлен лишь в результате социально-психологического исследования. Тем не менее, опасность Интернет-аддикции является несомненным фактом; вызывает интерес генеалогия такого самоощущения и его связь с другими характеристиками и особенностями пребывания в социальных сетях. Однако значимых корреляций между самоощущением Интернет-зависимости и различными социально-демографическими характеристиками обнаружено не было, что говорит о культурно-деятельностных причинах зависимости от социальных сетей. Мы связываем её, в первую очередь, с уровнем информационной культуры личности, определяющем потребность в социальных сетях, время пребывания в них, а так же характер потребляемых продуктов информационно-коммуникативной культуры. Особую актуальность наличие подобных внутренних личностных фильтров информации приобретает в условиях неоднородной и противоречивой социально-сетевой субкультуры.

Социальные сети обладают собственной субкультурой как совокупностью артикулируемых в них социокультурных артефактов – мемов, особого языка, графических изображений, типичных форм взаимодействия и т.д. – отражающих в совокупности характеристические свойства коммуникации в социальных сетях. Данная субкультура, как правило, локализована в социальных сетях, хотя и имеет генетическую связь с общей Интернет-культурой. Отметим, что приобщение к субкультуре социальных

сетей не носит обязательного характера. Возможно простое использование социальных сетей как средства коммуникации без непосредственного приобщения к данной субкультуре. Она носит характер системы предлагаемых паттернов социокоммуникативной деятельности, которые носят возможный, но необязательный характер. Иными словами, субкультуру социальных сетей нельзя рассматривать как нечто целостное, по сути это совокупность наиболее типичных образцов наличной информационно-коммуникативной культуры социальных сетей. Характер социокультурного воздействия социально-сетевой субкультуры определяется её статическим и динамическим уровнями. Статический уровень (в значении – «фиксированный в виде реальных объектов»), социально-сетевой субкультуры предстаёт как совокупность институционализированных артефактов, носящих условно императивный характер. Динамический уровень отличается функционированием данных артефактов, их развитием, изменением, применением и отражением. Социокультурное воздействие субкультуры социальных сетей проявляется на динамическом уровне, отражающем достаточно глубокую интеграцию личности в социальную сеть в процессе самоконструирования.

Сами пользователи дают достаточно жёсткую оценку социально-сетевой субкультуре. На вопрос, в котором предлагалось по 10-балльной шкале (где 1 – очень низкий уровень, 10 – очень высокий) оценить культурный уровень размещаемых в социальных сетях материалов, являющихся объектами их субкультуры, пользователи в среднем выставили балл 3,26, который характеризует культурный уровень размещаемых в социальных сетях материалов (при всей их неоднородности) как весьма низкий. При этом ниже среднего уровня (баллы 1-4) данный культурный уровень оценивают 70,2% респондентов.

Аналогичной с точки зрения пользовательской рефлексии пространства информационно-коммуникативной культуры социальных сетей и их социокультурных артефактов является оценка их соответствия

общепринятым моральным нормам. Среднее значение данной оценки, как и в предыдущем примере, достаточно низкое - 3,95 (по 10-балльной шкале, где 1 – совсем не соответствуют общепринятым моральным нормам, 10 – полностью соответствуют). Ниже среднего или на уровне среднего оценивает моральный уровень социальных сетей подавляющее большинство – 87,1% пользователей. Сложный и неоднородный характер социокультурных артефактов социальных сетей (имеющих информационную природу), возможные риски практик самоконструирования, а также многообразие возможных форм социокультурных практик актуализируют необходимость оценки социокультурных следствий коммуникации в социальных сетях.

В целом, рассмотрение социокультурного влияния социальных сетей как репрезентанта информационно-коммуникативной культуры в научном дискурсе отличается противоречивыми взглядами.

В отечественных социологических исследованиях, посвящённых данной проблеме, можно выделить два принципиально различных подхода к оценке социальных сетей, имеющие, на наш взгляд, решающее методологическое значение. Первый из них можно обозначить как «скептический» (Г.И. Могилевская). Данный подход связывает развитие и распространение социальных сетей со становлением «общества потребления» и экспансией паттернов потребительского поведения и массовизацией производства и осуществления социокультурных практик.

Так, Г.И. Могилевская пишет: «Популярность социальных сетей давно переросла потребность в интенсификации коммуникативных связей, поиске знакомых и незнакомых людей, поддержании постоянной связи с друзьями, поиске единомышленников. Социальные сети не обрели бы такую востребованность, если бы не реализовывали потребность современного человека в самовыражении»¹⁸¹. При этом имеется в виду именно «массовый

¹⁸¹ Могилевская Г.И. Социальные сети как актуальный способ самовыражения массового человека // Молодой ученый. — 2012. — №4. — с. 517.

человек», основой ценностного мира которого «...является безграничное потребление и стремление к развлечениям»¹⁸². Таким образом, социальные сети оцениваются Г.И. Могилевской исключительно как продукт массовой культуры, связанный, в первую очередь, с реализацией игровой функции и функции развлечения.

Другой подход к пониманию сущности социальных сетей менее категоричен. Его можно условно назвать - «оптимистический» (В.А. Плешаков). Так, В.А. Плешаков пишет: «Мы определяем социальную сеть в Интернет-среде как социализирующее киберпространство для групп людей, объединённых в данное конкретное Интернет-сообщество, совместно организующих многообразную информацию (фото-, аудио- и видеоматериалы, файлы, ссылки и т.п.), презентующих, позиционирующих себя и осуществляющих киберкоммуникацию в нём»¹⁸³. Таким образом, социальная сеть, по мнению В.А. Плешакова, представляет собой среду для реализации различных потенциалов личности, в том числе, как поле для её киберсоциализации, опирающейся на коммуникативные практики в Интернет-пространстве.

По нашему мнению, социальные сети являются сложной средой, социокультурное влияние которой на развитие личности нельзя трактовать как однозначно положительное или негативное¹⁸⁴. Социокультурные практики самоконструирования в социальных сетях могут служить условием развития творческого потенциала личности, способствовать расширению её наличного бытия, создавая широкие возможности и разнообразные формы для её самовыражения и самореализации.

Однако в то же время существуют значительные риски воздействия социальных сетей на личность, к которым мы относим уже рассмотренные

¹⁸² Могилевская Г.И. Социальные сети как актуальный способ самовыражения массового человека // Молодой ученый. — 2012. — №4. — с. 517.

¹⁸³ Плешаков В.А. Социальные сети Интернет-среды как фактор киберсоциализации студентов. // Научный вестник Норильского индустриального института. - 2010. - № 7. - с. 20.

¹⁸⁴ Гримов О.А. Теоретико-методологические основы изучения развития личности в условиях информационно-коммуникативного пространства // Strategiczne pytania swiatowej nauki – 2013: materiały IX Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji. Psychologia i sociologia. – Przemysł: Nauka i studia, 2013. – Vol. 22. – p. 48.

нами: формирование Интернет-аддикции (зависимости), упрощение когнитивных и коммуникативных практик личности, обеднение коммуникативной культуры личности (общее снижение уровня грамотности, ослабление эмоциональной компоненты межличностной коммуникации и т.д.), возможность стандартизации личности и массовизации производства и осуществления социокультурных практик, ориентация их на развлекательность. Поэтому мы оцениваем социокультурное воздействие социальных сетей на личность как сложное и неоднозначное¹⁸⁵. При этом конечный результат воздействия зависит полностью от самой личности как активного субъекта и её стремления к саморазвитию и самопреобразованию в ходе критического усвоения паттернов социально-коммуникативной деятельности.

Представляется интересной рефлексия самих пользователей о воздействии социальных сетей на их реальную жизнь. Как показали результаты онлайн-опроса, сами пользователи оценивают их влияние в целом как отрицательное. Лишь 3,3% оценивают воздействие социальных сетей как «положительное» и 16,3% - как «скорее положительное». При этом, как в той или иной мере отрицательное (скорее отрицательное и отрицательное) его оценивают 52,9% респондентов. Каждый четвёртый респондент (26,7%) затруднился с ответом, что на наш взгляд, ещё раз подчёркивает неоднородность и противоречивость социокультурного влияния социальных сетей.

Отметим также, что в ответ на потенциальные упрёки социальным сетям в различных негативных явлениях, относящихся, впрочем, ко всем средствам Интернет-коммуникации (формирование Интернет-зависимости, распространение социально опасных материалов и т.д.), можно возразить, что любые средства массовой коммуникации могут служить проводником

¹⁸⁵ Гримов О.А. Теоретико-методологические основы изучения развития личности в условиях информационно-коммуникативного пространства // *Strategiczne pytania swiatowej nauki* – 2013: materiały IX Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji. *Psychologia i sociologia*. – Przemysł: Nauka i studia, 2013. – Vol. 22. – p. 48.

социально опасной информации и оказывать деструктивное воздействие на личность и общество. В целом же, как отмечает В.А. Плешаков, «социальная сеть сама по себе безвредна»¹⁸⁶. Такой подход представляется нам методологически наиболее верным. Мы считаем, что по своей природе социальные сети не обладают априорными аксиологическими свойствами, так как являются лишь средством и условием (технологически – сервисом) осуществления определённых практик личности, но характер и специфика этой реализации детерминируются непосредственно формами активности личности и её интенциями.

Считаем необходимым ещё раз провести чёткое разграничение реальных и виртуальных аспектов социокультурных практик самоконструирования личности в социальных сетях. Одними из наиболее часто упоминаемых негативных последствий коммуникации в социальных сетях (частично рассмотренных нами) являются виртуализация социальных связей, т.е. обеднение социальных контактов в реальной жизни, становление «виртуального» сознания и технократического мышления. Основой подобных следствий утверждается виртуальный характер коммуникации, ведущий к деформациям социальной реальности и устанавливающий особый «порядок» социального бытия и его принципиально новые формы. Однако, как нами уже было установлено на примере самопрезентации - онтологического базиса социокультурной интеграции личности в социальную сеть, личность в социальных сетях стремится к самоактуализации путём репрезентации своих подлинных свойств, в то время как виртуальные практики по сути являются средством осуществления реальных социокультурных практик в новых информационно-технологических условиях. Виртуализация практик в социальных сетях сводится только к частичной девальвации реальных социокультурных

¹⁸⁶ Плешаков В.А. Социальные сети Интернет-среды как фактор киберсоциализации студентов. // Научный вестник Норильского индустриального института. - 2010. - № 7. – с. 21.

артефактов (смыслов, ценностей, дискурсов) и вынесением их в социальную сеть. Поэтому далее мы можем перейти к рассмотрению тех социокультурных трансформаций в социальной сфере, которые инициированы широким применением социальных сетей.

Социальная сеть как форма социальной организации повседневного бытия личности и социального пространства в Интернет-среде способствует разворачиванию множества видов деятельности. Социально-технологические и коммуникативные характеристики социальных сетей позволяют использовать их в конкретных прикладных целях. Широкое применение находят социальные сети в экономической сфере, например, в маркетинге с целью создания благоприятного образа товара или раскрутки бренда, в рекламной деятельности и т.д. Так же социальные сети успешно применяются в политической деятельности для активизации электората, пропаганды, распространения политической информации (особенно, в блогах). Главным условием здесь выступает возможность охвата широкой аудитории, тиражируемость информации, высокая скорость коммуникации и отсутствие каких-либо пространственно-временных ограничений. Применение социальных сетей в различных сферах позволяет говорить о реструктуризации (но не о коренной трансформации) традиционных институтов.

Возрастание значения информации и роли социальных сетей как средств коммуникации говорит о таком социокультурном следствии применения социальных сетей, как эскалация информационных потоков. В конечном итоге социальные сети способствуют атомизации общества (индивидуализации информационных потоков) в реальной жизни, когда для получения необходимой информации или удовлетворения определённой социокультурной потребности необходимо проводить больше времени в сети «онлайн», т.е. в режиме реального времени.

Однако в социальных сетях также расширяются возможности координации коллективной деятельности благодаря созданию сетевых

сообществ, которые задают принципиально новые формы взаимодействия и рассматриваются нами как высший уровень самоконструирования.

Таким образом, социальные сети могут быть использованы в качестве социальной технологии организации социальной деятельности; создание сетевых сообществ позволяет конструировать принципиально новые многопользовательские среды, основанные на свободном характере распространения, циркуляции и производства знания (т.е. информации в широком смысле слова) в техносциокультурном хронотопе социальных сетей. Подобное производство и воспроизводство информации осуществляется посредством добровольного сотрудничества пользователей (как правило, профессионалов) в целях создания высокоинтеллектуального контента. Данная форма организации сетевых взаимодействий укладывается в рамки провозглашённой парадигмы WEB 3.0. - парадигмы развития информационных технологий и программного обеспечения, ориентированного на организацию взаимодействия по созданию высококачественного интеллектуального продукта.

Социокультурным следствием становления подобных форм сетевых взаимодействий является трансформация творческих практик. При рассмотрении коллективного взаимодействия в сообществах, ориентированного на создание нового контента, можно отметить явление коллективного творчества; т.е. субъектом креативной интеллектуальной деятельности становится сообщество («умная толпа» по Г. Рейнгольду), что позволяет говорить о феномене панавторства. В условиях постепенной интеллектуализации контента в социальных сетях и дальнейшего развития их информационно-коммуникативной культуры объективными требованиями, предъявляемыми к личности, становятся креативность, активность и готовность к коллективному взаимодействию – закладывающие вектор личностных трансформаций в социокультурных условиях социальных сетей.

Однако, на наш взгляд, говорить о формировании нового типа личности в социальных сетях преждевременно. Социальные сети как

отражение эскалации информационно-коммуникативных технологий служат принципиально новой средой бытия личности, раздвигающей технологические и социокультурные границы удовлетворения в целом базовых потребностей, но не рождают новые потребности. Социальные сети выступают расширением реального жизненного пространства личности, для некоторых – его заменителем; но в то же время они являются реальным социокультурным артефактом и объектом информационно-коммуникативной культуры, не меняющим бытийных основ личности.

В данном параграфе нами дана социокультурная оценка практик самоконструирования личности в социальных сетях. На основе результатов исследования нами установлено, что основополагающим фактором социокультурного воздействия социальных сетей на личность является коммуникация как их базисная практика. К преимуществам коммуникации в социальных сетях перед реальным общением пользователи относят: утилитарные аспекты, социально-психологические (преодоление коммуникативных барьеров и т.д.), инструментально-технологические и социально-деятельностные (возможность самовыражения, организация рабочей группы и т.д.) К недостаткам коммуникации в социальных сетях пользователи относят в основном различные коммуникативные и психологические риски, а также недостаточную эффективность и слабую атрибутивность черт реальной коммуникации. Таким образом, коммуникация отличается набором крайне противоречивых черт. Коммуникация в социальных сетях фундирует социокультурные практики самоконструирования, также характеризующиеся амбивалентностью и сложным характером социокультурного влияния. К положительным результатам воздействия можно отнести развитие творческого потенциала личности, организацию коллективного взаимодействия, свободный доступ к продуктам культуры. К отрицательным – формирование Интернет-аддикции, распространение социально опасной информации, снижение уровня коммуникативной культуры пользователей. В целом, влияние социальных

сетей в ходе осуществления социокультурных практик самоконструирования можно характеризовать как чрезвычайно сложное и противоречивое. Но при этом конечный итог влияния зависит в основном от самой личности и её склонности к рефлексивному усвоению транслируемых культурных паттернов. Нами показано, что активное внедрение информационно-коммуникативных технологий, их применение и развитие заставляет рассматривать их уже не как виртуальные, а как реальные, служащие дополнительным средством и каналом осуществления реальных социокультурных практик. Поэтому социальные сети при всей неоднозначности их влияния должны рассматриваться как реальный социокультурный артефакт и актуальный инструмент социальной деятельности.

Подводя итог главы, мы можем сделать основные выводы.

Основное содержание социокультурных практик самоконструирования личности в социальных сетях представлено следующими уровнями (кроме самопрезентации как онтологического базиса личности в социальных сетях):

- личностно-деятельностными практиками;
- сетевыми взаимодействиями в сетевых сообществах.

Самоконструирование, реализуемое на данных уровнях, является целостным комплексом объективированных социокультурных практик, с необходимостью осуществляемых в глобальном контексте информационно-коммуникативной культуры.

Главными детерминантами реализации социокультурных практик самоконструирования являются:

- ценностно-целевые ориентации личности в разрезе конкретных инструментально-практических реализаций;
- информационно-коммуникативная культура социальных сетей как совокупность внешних условий и конституируемая пользователями среда;

- творческий потенциал как совокупность личностных характеристик, определяющих способность и готовность участвовать в творческой деятельности.

Ключевыми характеристиками реализуемых социокультурных практик самоконструирования являются:

1) дуализм творческих практик самовыражения, которые могут быть представлены как через создание продуктов информационно-коммуникативной культуры, так и потребление наличных культурных образцов и продуктов, что отражает сложный субъект-объектный статус личности; при этом, как показывают результаты исследования, преобладает именно второй тип (потребление);

2) сложный характер социальности, по-разному представленный на соответствующих уровнях самоконструирования: личностная субъектность - на уровне личностно-деятельностных практик, коллективная субъектность - на уровне сетевых взаимодействий в сообществах, в которых, однако, как нами было выяснено, происходит трансформация сущностных оснований сообщества и также формируется личностная субъектность;

3) многообразие пользовательских стратегий реализации социокультурных практик, представленных в социальных сетях практически равномерно, что говорит о полифункциональном характере социальных сетей, позволяющих осуществлять разнообразные виды социокультурной деятельности без какого-либо преобладающего.

Таким образом, социальные сети становятся сложным социокультурным конструктом, влияние которого стоит признать сложным и неоднозначным.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современный этап развития общества, определяемый экспоненциальным ростом информационно-коммуникативных технологий, широким распространением новейших средств связи и виртуальной коммуникации, задаёт новые формы и способы социальной организации общества, социальных отношений и практик. Формируемая в данных условиях социокультурная реальность простирается далеко за пределы традиционного понимания социальных явлений и уже не вписывается в традиционные методологические рамки анализа, что актуализирует необходимость поиска адекватного методологического инструмента (здесь – концепта) для описания всей совокупности артефактов современности, которые могут рассматриваться одновременно в социокультурном и информационно-коммуникативном аспекте своих характеристик и непосредственных детерминаций. С этой целью нами уточнено значение термина «информационно-коммуникативная культура», под которой понимается совокупность актуальных информационно-коммуникативных технологий, средств связи и коммуникации, а также обусловленных ими устойчивых форм социальных отношений, социальных практик и артефактов, являющихся неотъемлемой частью социокультурной реальности. Информационно-коммуникативная культура включает в себя всю совокупность продуктов материальной и духовной культуры, связанных с применением информационно-коммуникативных технологий.

Как было установлено в ходе исследования, многослойность и мультифункциональность наличной информационно-коммуникативной культуры актуализирует особое теоретическое и практическое определение личности, которая понимается одновременно как активный субъект деятельности и коммуникации и продукт влияния особых социокультурных условий.

Одним из важнейших объектов информационно-коммуникативной культуры являются социальные сети, которые представляют собой интерактивные многопользовательские веб-сервисы, служащие для построения и организации социальных связей и отношений в виртуальном пространстве.

Социальные сети как актуальное средство Интернет-коммуникации, благодаря ряду свойств (отсутствие пространственно-временных ограничений, виртуализация всевозможных видов деятельности, мозаичность информационных потоков) предоставляют широкие возможности осуществления разнообразных социокультурных практик, в совокупности составляющих самоконструирование личности в социальных сетях. Основополагающей социокультурной практикой, обеспечивающей реализацию всех социокультурных практик личности в социальных сетях, является коммуникация, предполагающая перманентное оригинальное самоконструирование личности в различных дискурсах.

Самоконструирование представляет собой процесс формирования целостного комплекса статических и деятельностно-поведенческих (динамических) характеристик и свойств, репрезентирующих индивида в пространстве информационно-коммуникативной культуры социальных сетей в ходе осуществления разнообразных социокультурных практик; при этом самоконструирование не предполагает обязательного сознательного, целенаправленного характера данного процесса.

В исследовании предложена общая модель самоконструирования личности в социальных сетях, во многом сводимого к социокультурному бытию в пространстве их информационно-коммуникативной культуры.

Самоконструирование является сложным многоуровневым конструктом.

Начальным этапом социокультурной интеграции (вхождения) личности в социальную сеть является самопрезентация, по сути составляющая

онтологический базис личности в социальных сетях и служащая базовой практикой самоконструирования.

Основное содержание самоконструирования личности в социальных сетях обеспечивается следующими 2-мя уровнями (следующими за начальным уровнем – самопрезентацией) по основанию степени социокультурной интеграции личности в социальную сеть:

- личностно-деятельностные практики, характеризующие содержательно-деятельностную сущность пребывания личности в социальных сетях, при котором социальные сети выступают как средство такой деятельности;

- сетевые взаимодействия в сетевых сообществах, которые служат способом самоорганизации индивидов, направленной на коллективное достижение тех или иных социокультурных целей.

Представленные уровни (в том числе, начальный – самопрезентация) располагаются по мере усложнения форм социальности.

Как было установлено в ходе исследования, фундаментальными характеристиками и особенностями самопрезентации в условиях информационно-коммуникативной культуры социальных сетей являются: социальный характер, стремительное размывание границ публичного и приватного, сводимость к текстуальным практикам, динамичность (сводимая к оперативности и интерактивности). Вопреки распространённому в научном дискурсе мнению об анонимности и построении альтернативной идентичности в ходе самопрезентации, основным трендом является стремление пользователей к репрезентации своих подлинных характеристик, что позволяет рассматривать социальные сети как средство самоутверждения личности.

Особое значение в социальных сетях имеет творческое самовыражение личности, составляющее сущность большинства реализуемых социокультурных практик.

В ходе исследования было выделено две общих формы реализуемых практик самовыражения:

1) творчество как создание собственных объектов информационно-коммуникативной культуры;

2) творчество как приобщение к тем или иным культурным продуктам, усваивание паттернов социокоммуникативной деятельности.

В целом данная дихотомия отражает дуалистический (субъект-объектный) статус личности в социальных сетях. При этом преобладающей является именно творческая интенция на потребление.

Полученные в ходе исследования личностно-деятельностных практик результаты позволяют говорить о существовании четырёх пользовательских стратегий, характеризующих определённую интегральную установку на осуществление социокультурных практик:

- *ориентация на совместную деятельность*, которая отражает реализуемые совместно с другими пользователями или же посредством других пользователей личностно-деятельностные практики. При этом целевая направленность организации коллективной деятельности выражена неявно;

- *ориентация на творчество*, которая включает в себя различные практики непосредственного творческого самовыражения (создание продуктов художественного творчества);

- *ориентация на преобразование среды*, направленная на формирование или преобразование особой информационно-коммуникативной среды – как личной, так и социальной;

- *информационно-коммуникативная ориентация*, характеризующаяся акцентуацией на реализацию и удовлетворение инструментальных (в большей степени технологических, чем социальных) потребностей – информационных и коммуникативных, отражающих ценность быстрой коммуникации и открытый доступ к источникам информации.

Было установлено, что соответствующие базовым ориентациям группы пользователей представлены практически равномерно, что позволяет говорить о полифункциональном характере социальных сетей, позволяющих осуществлять разнообразные виды социокультурной деятельности без какого-либо преобладающего.

Высшим уровнем самоконструирования являются сетевые взаимодействия в сетевых сообществах, понимаемых нами как добровольно формируемые в информационно-коммуникативном пространстве социальных сетей объединения пользователей, основанные на общности разделяемых ими интересов и/или ценностей в ходе производства и потребления социокультурных практик. При этом главной их характеристикой является институционально закреплённый в рамках веб-ресурса статус и эмпирическая фиксируемость на основе технических средств (системы поиска). Данная специфика определяется чёткостью границ и численного состава сетевого сообщества.

Результаты исследования позволили установить, что самоконструирование в сетевых сообществах проявляется не только на уровне групповой субъектности (как в гражданско-политических и научно-профессиональных сообществах), т.е. посредством организации и осуществления коллективной деятельности, но и на уровне непосредственных личностно-ориентированных социокультурных практик.

То есть, в сетевых сообществах наряду с групповой формируется личностная субъектность (понимаемая как форма социальности), ориентированная на достижение сугубо личностных целей посредством участия в сообществе. Таким образом, в социальных сетях подлежит пересмотру классическое понимание сообщества как институционально организованной формы взаимодействия, ориентированного на формирование групповой идентичности, тесные связи между членами и координацию их совместной деятельности. К числу подобных личностно-ориентированных

сообществ относятся, как правило, развлекательно-досуговые и творческие сообщества.

Социальные сети предоставляют личности широкие возможности для осуществления разнообразных социокультурных практик самоконструирования, но при этом не определяют напрямую характер личностных трансформаций, отличающийся сложностью и амбивалентностью. Так, социокультурные следствия практик самоконструирования в социальных сетях неоднозначны и противоречивы. К положительным характеристикам влияния социокультурных практик самоконструирования можно отнести развитие творческих способностей личности, широкие возможности социальной коммуникации и взаимодействия, свободный доступ к наличным продуктам информационно-коммуникативной культуры. К отрицательным – формирование зависимости от социальных сетей, снижение уровня коммуникативной культуры пользователей, использование социальных сетей в социально-деструктивных целях (например, распространение экстремистских материалов). При этом конечный результат социокультурного воздействия социальных сетей зависит в основном от самой личности и её склонности к рефлексивному усвоению транслируемых культурных паттернов.

На основе результатов проведённого исследования мы можем заключить, что наиболее актуальными направлениями научного и социально-практического поиска в области функционирования социальных сетей должны стать:

- разработка практических принципов минимизации информационно-коммуникативных рисков коммуникации в социальных сетях, а также инструментов социального контроля за девиантным и социально опасным поведением/деятельностью в социальных сетях;
- разработка и создание механизмов эффективного управления ресурсами (когнитивными, интеллектуальными, инновационными,

информационными, человеческими) на основе применения социальных сетей;

- создание эффективной социальной технологии применения социальных сетей в качестве инновационного инструмента в разнообразных сферах (политической, экономической, научной и т.д.) деятельности на основе ключевых положений информационной идеологии WEB 3.0. по созданию высокоинтеллектуальных продуктов коллективными усилиями.

Таким образом, социальные сети должны быть рассмотрены не только с социокультурных позиций, но и с социально-технологических; успешная реализация подобной программы, в то же время, таит в себе богатые социокультурные возможности.

Осуществлённый анализ природы, структуры, сущности, проявлений и последствий социокультурных практик самоконструирования в социальных сетях позволяет с социально-конструктивных позиций специфицировать социально-средовые механизмы социальных сетей, являющихся значимым социокультурным артефактом в современных условиях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. — М.: ВЛАДОС, 1994. — 336с.
2. Алмаева В.В. Виртуальные социальные сети как составляющая современного образовательного пространства. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ito.edu.ru/2010/Tomsk/III/III-0-1.html> (дата обращения 24.05.2014)
3. Амяга Н.В. Самораскрытие и самопредъявление личности в общении // Личность. Общение. Групповые процессы. М., 1991.- С. 37-74.
4. Антонова Н.Л. Социальная практика: теоретико-методологические основания исследовательского анализа // Известия Уральского государственного университета. Серия 3. Общественные науки. - №4(70). - 2009. - С. 92-98.
5. Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Коммуникация в компьютерных сетях: психологические детерминанты и последствия // Вестник МГУ. Серия 14. Психология. - №4. - С. 14-20.
6. Баранов А.Б. Виртуальная коммуникация в социальной сети: основные понятия и модель взаимодействия // Психология и философия. - 2010. - С. 108-111.
7. Барт Р. Мифологии / пер., вступ. ст. и коммент. С. Н. Зенкина. — М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. — 312с.
8. Бауман З. Индивидуализированное общество. / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. - М.: Изд-во "Логос", 2002. - 390с.
9. Беликова С.С. Образовательное пространство ВУЗа: состояние и социокультурный потенциал формирования творческой способности специалиста: автореф. дис. ... канд. соц. наук. Ростов-на-Дону. - 2009. – 31с.
10. Белинская Е.П. К проблеме групповой динамики сетевого общества // 2-ая Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. М.: Экопсицентр РОСС. – 2000. - С. 249-251.

11. Белинская Е.П. Интернет и идентификационные структуры личности. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://banderus2.narod.ru/70244.html> (дата обращения 24.05.2014)
12. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. — М.: Академия, 1999. — 578с.
13. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. - М.: Медиум, 1995. - 323с.
14. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального. - Екатеринбург. - 2000.
15. Бодрийяр Ж. Общество потребления: его мифы и структуры. - М.: Республика: Культурная революция. - 2006. - 269с.
16. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. — М.: Добросвет. - 2000 — 387с.
17. Бодрийяр Ж. Симуляции и симулякры / пер. В.Фурса // Философия эпохи постмодерна: Сборник переводов и рефератов. Минск, 2002. - С. 32-37.
18. Бокарев В.А. Виртуальные социальные сети как пространство для удовлетворения потребностей современной молодёжи // Вопросы культурологии. — 2009. - №8. — С. 56-59.
19. Бондаренко С.В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ: дис... докт. соц. наук. Ростов-на-Дону. — 2004. — 396 с.
20. Бочан С.А. Проблема целостности личности в информационном обществе: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Новочеркасск. — 2007. — 23с.
21. Бурдьё П. Практический смысл. - СПб.: Алетейя, 2001. — 562с.
22. Бурдьё П. Формы капитала // Экономическая социология (электронный журнал). - том 3, № 5, ноябрь 2002. - с. 60-74. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ecsoc.msses.ru> (дата обращения 24.05.2014)
23. Вахштайн В.С. К аналитике повседневного события // Материалы международного симпозиума «Пути России». М.: МВШСЭН, 2006.
24. Вахштайн В.С. Событийное строение повседневного мира // Социологический журнал. 2007. - №3.

25. Витгенштейн Л. Философские исследования. - М.: Астрель, 2011. – 347с.
26. Войскунский А.Е. Метафоры Интернета // Вопросы философии. - 2001. - №11. - С. 64-79.
27. Волков Ю.Г., Мостовая И.В. / Тема 6. Социальная идентичность личности // Социология: учебник для высших учебных заведений. – М.: 1998. – С. 329-376.
28. Волков Ю.Г., Нечипуренко В.Н., Попов А.В., Самыгин С.И. Социология: курс лекций. - Ростов-н/Д: Феникс, 1999. – 512с.
29. Волохонский В.Л. Психологические механизмы и основания классификации блогов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. СПб.: Издательство СПбГУ, 2006. – С. 117-131.
30. Вохрышева М.Г. Формирование науки об информационной культуре // Проблемы информационной культуры: Сб. ст. Вып. 6. Методология и организация информационно-культурологических исследований / Науч. ред.: Ю.С. Зубов, В.А. Фокеев. - М.; Магнитогорск, 1997.
31. Гарфинкель Г. Исследования по этнометодологии. — СПб.: Питер, 2007. — 335с.
32. Гендина Н.И., Колкова Н.И., Стародубова Г.А., Уленко Ю.В. Формирование информационной культуры личности: теоретическое обоснование и моделирование содержания учебной дисциплины – М. – Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества – 2006. - 512с.
33. Гидденс Э. Устройство общества: Очерк теории структуризации. - 2-е изд. - М.: Академический Проект, 2005. - 528с.
34. Гордеев Н.В. Презентация виртуальной личности в разных коммуникационных средах сети Интернет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberpsy.ru/2011/05/1151/> (дата обращения 01.01.2014)
35. Горный Е.Н. Онтология виртуальной личности. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.netslova.ru/gornyy/selected/ovl.html> (дата обращения 24.05.2014)

36. Горный Е.Н. Виртуальная личность как жанр творчества. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.netslova.ru/gornyy/vl.html> (дата обращения 24.05.2014)
37. Горошко Е.И. Информационно-коммуникативное общество: становление и перспектива развития // Учёные записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. - Серия «Философия. Культурология. Политология. Социология». - Том 22 (61). - 2009. - №1. – С. 91-97.
38. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. - М.: Канон-Пресс-Ц: Кучково поле, 2000. - 302с.
39. Гримов О.А. Корявко Г.Е. Социальные сети в системе информационно-коммуникативных технологий // Учёные Записки РГСУ. 2012. - №2 (102). – С. 181-185.
40. Гримов О.А. Корявко Г.Е. Природа и специфика конструктивной активности субъекта в социальных сетях // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №3 (42). Часть 2. – С. 209-214.
41. Гримов О.А. Кравчук П.Ф. Личность в условиях информационно-коммуникативной культуры // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. - №6 (45). – С. 177-183.
42. Гримов О.А. Самопрезентация личности в социальных сетях // Социология. 2013. - №2. – С. 59-66.
43. Гримов О.А. Ценностно-целевые аспекты практик самоконструирования в социальных сетях // Личность. Культура. Общество. 2013. Том XV. Вып. 3-4. - № 79-80. – С. 168-174.
44. Гримов О.А. Пространственно-временной континуум социальных сетей // Политика и общественные науки в эпоху глобализации: материалы международного научного форума / Институт фундаментальных исследований. – Харьков: ИФИ, 2012. – С. 200-201.
45. Гримов О.А. Самопрезентация и самоидентификация личности в социальных сетях // Бъдещите изследвания: материали за 9-а международна

научна практична конференция. Психология и социология. Музыка и живот. – София: «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2013. – Т. 21. – С. 20-27.

46. Гримов О.А. Теоретико-методологические основы изучения развития личности в условиях информационно-коммуникативного пространства // *Strategiczne pytania swiatowej nauki – 2013: materialy IX Miedzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji. Psychologia i sociologia.* – Przemysl: Nauka I studia, 2013. – Vol. 22. – P. 39-49.

47. Гримов О.А. Трансформация субъектности в сетевых сообществах // *Продолжая Грушина: материалы Третьей международной научно-практической социологической конференции* – М.: ВЦИОМ, 2013. – С. 523-525.

48. Гримов О.А. Сетевые сообщества социальных сетей как генератор личностной субъектности // *ЛОМОНОСОВ-2013: материалы Международного молодежного научного форума.* [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2013. — 1 электрон. опт. диск.

49. Гронский И.А. Социально-философские основания активности Интернет-аудитории в сетевой коммуникации: дис. ... канд. филос. наук. – Нижний Новгород. - 2011. – 194с.

50. Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. - М.: АСТ, 2004 – 602с.

51. Давыдов А.А. Системная социология: Social Networks Mining. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.isras.ru/files/File/Publication/Social_Networks_Mining_2.pdf (дата обращения 24.05.2014)

52. Дебор Г. Общество спектакля. Пер. с фр. / Перевод С. Офертаса и М. Якубович. М.: Логос, 1999. – 224с.

53. Делёз Ж., Гваттари Ф. Ризома // *Онлайн-альманах «Восток».* [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.situation.ru/app/j_art_1023.htm (дата обращения 24.05.2014)

54. Деррида Ж. Диссеминация. — Екатеринбург: У-Фактория, 2007. — 608 с.

55. Дёмина М.Д. Изменения в когнитивных практиках индивидов под влиянием новых информационных технологий // Социологические исследования. – 2010. - №6. – С. 87-92.
56. Добренъков В.И. Методология и методика социологического исследования. — М.: Академический проект, 2009.
57. Добренъков В.И., Кравченко А.И. Социология: В 3 т. Т. 3: Социальные институты и процессы. - М.: ИНФРА-М, 2000.
58. Дюркгейм Э. Социология. Её предмет, метод, предназначение / Пер. с фр., составление, послесловие и примечания А. Б. Гофмана. — М.: Канон, 1995. — 352с.
59. Еляков А.Д. Российское общество в информационном измерении // Социологические исследования. 2009. - №7. - С. 85-94.
60. Еляков А.Д. Современная информационная революция // Социологические исследования. 2003. - №10. - С. 29-38.
61. Емелин В.А. Ризома и Интернет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://emeline.narod.ru/rhizome.htm> (дата обращения 24.05.2014)
62. Жижек С. Добро пожаловать в пустыню Реального. — М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002. — 160с.
63. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy> (дата обращения 24.05.2014)
64. Завьялова З.С. Самопрезентация личности в чат-коммуникации: дис. ... канд. филос. наук. – Томск. – 2011. – 144с.
65. Зайцева Ю.Е. Роль ведения интернет-дневника в становлении индивидуальности / Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. СПб.: Изд-во С-Петербургского университета, 2006. – С. 103-116.
66. Извекова М.Н. Влияние информационно-коммуникативной среды на становление молодёжи как социальной группы в структуре общества // Теория и практика общественного развития. - 2010. - №1.

67. Ионин Л. Г. Социология культуры: учеб. пособие для студ. вузов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ. - 2004.
68. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. – 608 с.
69. Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология (под ред. В.Л. Иноземцева). М.: Academia, 1999. - С. 492-505.
70. Кастельс М. Галактика Интернет. - Екатеринбург: У-Фактория, 2004. - 328с.
71. Климентьев В. Социальные сети: от реальности к веб-сервису: [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://lmatrix.ru/news/social/socialnye-seti-ot-realnosti-k-veb-servisu_67.html (дата обращения 24.05.2014)
72. Коваленко Д.Г. Формирование информационно-коммуникативной культуры молодёжи в системе высшего образования: автореф. дис. ... канд. соц. наук. – М., 2012. - 29с.
73. Кончаковский Р.В. Сетевое интернет-сообщество как социокультурный феномен: дис. ... канд. соц. наук. Екатеринбург, 2010. – 176с.
74. Костерина И. Публичность приватных дневников: об идентичности в блогах Рунета // «Неприкосновенный запас». - 2008, №3(59). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2008/3/ko17.html> (дата обращения 24.05.2014)
75. Костина А.В. Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных и постиндустриальных концепций // Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение». — 2009. — № 4 — Культурология. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina_Information_Society/ (дата обращения 24.05.2014)
76. Коулмен Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. - 2001. - №3.

77. Кошелев А.В. Эволюция представлений о социальном - важное условие уточнения предмета социологии // Социологические исследования. - 2009. - №8. - С. 134-139.
78. Кравчук П.Ф., Зотов В.В. Творчество личности в глобальном информационном пространстве // Личность. Культура. Общество. — 2006. — №4 (32). — С. 217—227.
79. Кравчук П.Ф. Самоосуществление человека в творчестве // Личность. Культура. Общество. – 2004. - №1 . — С. 119-128.
80. Куликов Д.В. Феноменологический метод и мир медийных сетей // Теоретический журнал Credo New. - №1 (45). - 2006. - С.198-207.
81. Лавренчук Е.А. Аутопойезис социальных сетей Интернет-коммуникаций // Вестник РГГУ. – 2009. – №12. – С. 48-57.
82. Лавренчук Е.А. Социальные сети как эпистемические объекты // Вестник РГГУ. – 2010. – №13. – С. 63-732.
83. Лапин Н.И. Общая социология: Учебное пособие для вузов — 2-е издание, дополненное. — М.: Высшая школа, 2009. — 452с.
84. Латур, Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию / пер. с англ. И. Полонской; под ред. С. Гавриленко; Нац. исслед. ун-т "Высшая школа экономики". - М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. - 384с.
85. Латыпов И.А. Философские аспекты формирования собственности на информацию в виртуальных сообществах // Философия и общество, 2009. - №4. – С. 131–139.
86. Лещенко А.М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе: дис... канд. филос. наук. Пятигорск. – 2011. – 158с.
87. Лиотар Ж-Ф. Состояние Постмодерна. - СПб.: Алетейя, 1998.
88. Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве Интернета. - М. - 2005. – 89с.
89. Луман Н. Общество как социальная система. – М.: Логос, 2004. - 232с.

90. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. — СПб.: Наука, 2007. — 648с.
91. Мавлетова А.М. Методология веб-исследований: основные подходы к формированию выборки и возможности повышения качества данных: дис. ... канд. соц. наук. – М., 2010. - 169с.
92. Маклюен М. Понимание Медиа. Внешние расширения человека. - М.: Канон-Пресс-Ц. – 2003.
93. Мальковская И.А. Метаморфозы субъектности в современном мире // Социологические исследования. 2008. - №5. - С. 16-25.
94. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. – т.1.
95. Масуда Е. Информационное общество как постиндустриальное общество. - М.: Наука, 1991.
96. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. - М.: АСТ, Хранитель, 2006. - 880с.
97. Миллер К., Шеферд Д. Ведение онлайн-дневника как социальное действие: жанровый анализ блогов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sociologist.nm.ru/articles/miller-shepherd.htm> (дата обращения 01.01.2014)
98. Михайлов В.А., Михайлов С.В. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества // Сборник научных трудов "Актуальные проблемы теории коммуникации", СПб.: - Изд-во СПбГПУ, 2004. - С. 34-52.
99. Михеева Л. Психоаналитические аспекты автопрезентации в блоге // Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media, 2009. - Vol. 1, №2. - P. 27-36. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.digitalicons.org/Issue02/Lidia-Mikheeva/> (дата обращения 01.01.2014)
100. Могилевская Г.И. Социальные сети как актуальный способ самовыражения массового человека // Молодой ученый. — 2012. — №4. — С. 517-520.
101. Моль А. Социодинамика культуры — М.: Прогресс, 1973. – 407с.

102. Мудрик А.В. Социализация и смутное время. М.: Знание, 1991. - 78с.
103. Назарчук А.В. О сетевых исследованиях в социальных науках // Социс. Социологические исследования. – 2011. – № 1. – С. 39-51.
104. Назарчук А.В. Сетевое общество и его философское осмысление // Вопросы философии. – 2008. – №7. – С. 61–75.
105. Нейсбитт Дж., Эбурдин П. Что нас ждет в 90-е годы. Мегатенденции. Год 2000. М. Республика. 1992. — 416с.
106. Нестеров В.Ю. К вопросу о динамике сетевых сообществ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/groupdyn> (дата обращения 24.05.2014)
107. Онлайн исследования в России: тенденции и перспективы / Под редакцией Шашкина А. В. и Поздняковой М. Е. — М.: Изд-во Института социологии РАН, 2006. -164с.
108. Онлайн исследования в России 2.0 / Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. - М.: РИЦ «Северо-Восток», 2010. – 327с.
109. Онлайн исследования в России 3.0 / Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. - М.: Издательский дом «Кодекс», 2012. – 420с.
110. Парсонс Т. О структуре социального действия. — М.: Академический Проект, 2000. — 880с.
111. Плешаков В.А. Социальные сети Интернет-среды как фактор киберсоциализации студентов. // Научный вестник Норильского индустриального института. - 2010. - №7. – С. 17-23.
112. Плешаков В.А. Киберонтология и психология безопасности информационной сферы: аспект киберсоциализации человека в социальных сетях Интернет-среды // Вестник ПСТГУ, IV: Педагогика. Психология. 2010. - Вып. 4 (19). - С. 131–141.
113. Поливода И.М. Информационно-коммуникативная культура как источник развития профессионального мышления студентов технического университета: дис...канд. пед. наук. - Ростов-на-Дону, 2006. - 172с.

114. Пономарёв М.В. Проблемы социальной идентификации личности в информационном обществе // [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://monitoring-mioo.narod2.ru/povishenie_kvalifikatsii/problemi_sotsialnoi_identifikatsii_lichnosti_v_informatsionnom_obschestve/index.html (дата обращения 01.01.2014)
115. Поправко В.Н. Интернет-сообщества: специфика и роль в формировании социального пространства: дис. ... канд. филос. наук. - Томск, 2011. - 136с.
116. Пудикова А.А. Проблема трансформации индивидуальности в коммуникативном пространстве сетевого общества: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – Томск, 2009. – 24с.
117. Радкевич А.Л. Социальные Интернет-практики россиян в условиях формирования информационного общества: дис. ... канд. соц. наук. – М. – 2009. – 202с.
118. Радугин А.А., Радугин К.А. Социология: курс лекций. – М.: Центр, 1999. – 160с.
119. Рахвалова В.А. Блогосфера как средство самовыражения молодого человека // Вестн. Бурят. гос. ун-та. – 2010. - №14. – С. 91-95.
120. Римский В. Воздействие сети Интернет на социальную активность, формирование и развитие идентичностей // Вестник общественного мнения. - 2009. - №1. - С. 86-97.
121. Ритцер Дж. Современные социологические теории. 5-е изд. М., СПб. и др.: Питер, 2002.
122. Родин А.В. Коммуникационное пространство: морфология и трансформация / А.В. Родин // Studium. – 2008. – Т.6. - №1.- С.1-16. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sarki.ru/studium/publ1/rodin.pdf>. (дата обращения 01.01.2014)
123. Сазанов В.М. Социальные сети в науке - игрушка или будущие метабазы научной информации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://misit.ucoz.ru/load/5-1-0-13> (дата обращения: 25.10.2013)

124. Семенюк Э.П. Информационная культура общества и прогресс информатики // НТИ. Сер.1. – 1994. – №1.
125. Сиволов Д.Л. Интернет-сайт как предмет социологического исследования: метод анализа интерактивных документов // Вестник Челябинского государственного университета. - 2007. - №16. - С. 139-144.
126. Скорик Г.В. Человек в информационном обществе: проблема идентификации: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – Томск, 2008. – 18с.
127. Скородумова О.Б. Отечественные подходы к интерпретации информационного общества: постиндустриалистская, синергетическая и постмодернистская парадигмы // Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение». — 2009. — № 4 — Культурология. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Skorodumova/> (дата обращения 24.05.2014)
128. Скуратов А.Б. Локальные интернет-сообщества крупного российского города: социально-стратификационный анализ: автореф. дис. ... канд. соц. наук. - Екатеринбург, 2009. - 18с.
129. Сляднева Н.А. Информационные ресурсы в информационном обществе: онтологический статус и методология // Информационные ресурсы России. - М.: Российское энергетическое агентство Минэнерго РФ. - 2009. - Вып. 1. - С. 8-13.
130. Смелзер Н. Социология. - М., 1996.
131. Соколов М.М. Онлайн-дневник, теории виртуальной идентичности и режимы раскрытия персональной информации / Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. - СПб.: Издательство СПбГУ. - 2006. – С. 9-39.
132. Соколова О.П. Коммуникативная культура индивида: социально-философский анализ: автореф. дис....канд. филос. наук. – Ижевск, 2005. – 15с.
133. Соловьёв А.В. Прикладная культурология: учебно-методическое пособие. Ряз. гос. ун-т им. С.А. Есенина.— Рязань, 2005. — 76с.

134. Сорокин П.А. Система социологии. — М.: Астрель, 2008. — 1003с.
135. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. — М.: Политиздат, 1992. — 542с.
136. Спиркин А.Г. Философия: учебник для студентов высших учебных заведений. — М.: Гардарики, 2000. — 815с.
137. Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // Новая технократическая волна на Западе. - М., 1986. С. 392-409.
138. Стребков Д.О. Познавательные возможности онлайн-опросов в российской исследовательской практике (на примере опроса интернет-фрилансеров) // Социология: 4М. - 2010. - №31. — С. 135-161.
139. Стриженко А.А. Виртуальные сообщества как участники компьютерно-опосредованной коммуникации // Мир науки, культуры, образования. — 2010. - №3 (22). - С. 67-69.
140. Сулейманова З.З. Формирование информационно-коммуникативной культуры молодежи во взаимосвязи учебной и досуговой деятельности: дис... докт. пед. наук. — М. - 2006. - 334с.
141. Сычев А.В., Гадебский И.А. Изучение характеристик сообществ русскоязычной блогосферы // Электронные библиотеки: перспективные методы и технологии, электронные коллекции: Труды Десятой Всероссийской научной конференции «RCDL'2008». — Дубна: ОИЯИ. - 2008. — С. 200-2009.
142. Тальнишних Н.К. Культура «сетевых сообществ»: дис. ... канд. филос. наук. - Ростов-на-Дону, 2004. - 128с.
143. Тоффлер Э. Третья волна. — М: АСТ. - 2004. — 781с.
144. Тощенко Ж.Т. Социология: Общий курс. 2-е изд., доп и перераб. - М.: Юрайт-М, 2001. - 527с.
145. Ушаков А.А. Интернет-дискурс как особый тип речи // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение. - 2010. - Вып. 4 (70). - С. 175-179.

146. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. - М.: Аспект Пресс, 2004. - 400с.
147. Фомичева И.Д. Социология Интернет-СМИ. - М.: 2005. – 79с.
148. Фриндте В., Келер Т. Публичное конструирование Я в опосредованном компьютером общении // Гуманитарные исследования Интернета/ под ред. А.Е. Войскунского. М. - 2000. - С. 40-54.
149. Фромм Э. Иметь или быть / Перевод Э. М. Телятниковой. — М.: АСТ, Астрель, 2010. — 320с.
150. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. СПб.: А-сад, 1994. - 408с.
151. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. — СПб.: Наука, 2000. — 380с.
152. Хангельдиева И.Г. О понятии "информационная культура" // Информационная культура личности: прошлое, настоящее, будущее: Международная научная конференция, Краснодар - Новороссийск, 23-25 сент. 1993 г.: Тез. докл. - Краснодар. - 1993.
153. Хитров А. Блог как феномен культуры. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/518/878/1219/05-Hitrov.pdf> (дата обращения 24.05.2014)
154. Черняева К.О. Культурная идентификация в социальных сетях Интернета // Вестник ПАГС. – 2010. - №1 (22). – С. 209-214.
155. Черняева К.О. Культурная идентификация в условиях глобализации: случай социальных сетей: автореф. дис....канд. соц. наук. - Саратов, 2010. - 22с.
156. Чудова Н.В. Особенности образа Я "жителя" интернета. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.psychology.ru/internet/ecology/07.stm> (дата обращения 24.05.2014)
157. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учебник. – М.: Издательский Дом «Социальные отношения», изд-во «Перспектива», 2002. – 246с.

158. Шевцова Е.В. Взаимосвязь профессиональной и коммуникативной культуры личности будущего специалиста // Сб. науч. трудов СевКавГТУ. Серия «гуманитарные науки». Вып. №10. Ставрополь. - 2003. - С. 67-71.
159. Шевченко И.С. Факторы динамичности самопрезентаций в Интернет-общении. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://samagistro.blogspot.ru/2012/11/blog-post_974.html (дата обращения 24.05.2014)
160. Шипицин А.И. Феномен социальных сетей в современной культуре // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2011. - №3 (57) – С. 36-40.
161. Шипицин А.И. Социально-культурный генезис феномена онлайн-социальных сетей // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2011. - №9 (63) – С. 32-36.
162. Шматко Н.А. «Послесловие» к книге П.Бурдьё «Практический смысл». — СПб.: Алетейя, 2001. — С. 548-562.
163. Шмерлина И.А. «Физика» социальности // Вестник Российской Академии Наук. - 2003. - том 73. №6. - С. 521-532.
164. Штомпка П. Социология социальных изменений. — М.: Аспект-Пресс, 1996. — 416с.
165. Шюц А. Избранное: мир, светящийся смыслом. — М.: РОССПЭН, 2004. — 1056с.
166. Щеглова Л.В., Шипулина Н.Б., Саенко Н.Р. Культурология: единство и многообразие форм культуры. - Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена». - 2009.
167. Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума»). Бердянск, 2001. - 252с.
168. Эрикссон Э. Идентичность: юность и кризис. - М., 1996.
169. Ядов В.А. Социология: Словарь-справочник - т. 2 // Социология: Словарь-справочник. М.: 1990. - т. 1-3.

170. Якушева С.Д., Ляшенко Н.А. Коммуникативная культура в развитии профессионального мастерства педагога. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/1776-2012-03-28-23-38-56> (дата обращения 24.05.2014)
171. Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию. – Минск: АСАР. – 2005. – 768с.
172. Яценко А.Л. Функциональные особенности социальных сетей в коммуникационном пространстве глобализирующегося общества: дис. канд. филос. наук. - Ставрополь, 2012.
173. Boyd D., Ellison N. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship // Journal of Computer-Mediated Communication. — 2007. — Т. 13. — №1. — P. 210-230.
174. Donath J. Identity and Deception in the Virtual Community. — London, 2010.
175. Knorr Cetina, K., Schatzki, T., Savigny Eike v. (eds) 2001. The Practice Turn, London, Routledge.
176. Koskela H. Webcams, TV shows and mobile phones: Empowering exhibitionism. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.surveillance-and-society.org/articles2\(2\)/webcams.pdf](http://www.surveillance-and-society.org/articles2(2)/webcams.pdf) (дата обращения 24.05.2014)
177. Reid E., Deaux K. Relationship between social and personal identities: segregation or integration // J. Of Personality and Social Psychology. - 1996. - V. 71. - P. 1084-1091.
178. Rheingold H. The Virtual Community. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rheingold.com/vc/book> (дата обращения 24.05.2014)
179. Turkle Sh. Constructions and reconstructions of self in virtual reality: Playing in the MUDs // Culture of the Internet (Sara Kiesler, ed.), pp. 143–155.
180. Turkle Sh. Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. New York: Simon and Schuster, 1995.

181. Turkle Sh. Parallel lives: working on identity in virtual space // Constructing the self in a mediated world: inquiries in social construction. N.Y., 1996, pp. 156–175.
182. Электронный ресурс: <http://www.social-networking.ru/article/social-services> (дата обращения 24.05.2014)
183. Электронный ресурс: <http://www.computerra.ru/think/234100/> (дата обращения 24.05.2014)
184. Электронный ресурс: <http://profbeckman.narod.ru/InformLekc.htm> (дата обращения 24.05.2014)
185. Электронный ресурс: <http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=821954> (дата обращения 24.05.2014)
186. Электронный ресурс: <http://www.livejournal.com/stats.bml> (дата обращения 01.03.2014)
187. Электронный ресурс: <http://lenta.ru/news/2011/09/09/tweetup/> (дата обращения 24.05.2014)
188. Электронный ресурс: <https://vk.com/catalog.php> (дата обращения 24.05.2014)
189. Электронный ресурс: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Одноклассники_\(социальная_сеть\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Одноклассники_(социальная_сеть)) (дата обращения 01.03.2014)
190. Электронный ресурс: <http://psyfactor.org/lib/web-4.htm> (дата обращения 24.05.2014)
191. Электронный ресурс: <http://wciom.ru/index.php?id=266&uid=13503> (дата обращения 24.05.2014)
192. Электронный ресурс: <http://ar4es.info/25359> (дата обращения 24.05.2014)
193. Электронный ресурс: <http://runet.fom.ru/Proniknovenie-interneta/11067> (дата обращения 24.05.2014)

194. Электронный ресурс: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112476>
(дата обращения 24.05.2014)
195. Электронный ресурс: <http://www.likeni.ru/events/Issledovanie-auditoriya-sotsialnykh-setey-v-Rossii/> (дата обращения 24.05.2014)
196. Электронный ресурс: <http://research.cmsmagazine.ru/audience-research-russian-social-networks/> (дата обращения 24.05.2014)
197. Электронный ресурс: <http://www.sostav.ru/publication/sotsialnye-seti-v-rossii-infografika-9027.html> (дата обращения 24.05.2014)
198. Электронный ресурс:
<http://www.slideshare.net/dze/socialnetworkmailrugroup> (дата обращения
24.05.2014)

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Анкета социологического исследования «Социальные сети как средство и условие самовыражения личности»

Уважаемый респондент!

Просим Вас принять участие в социологическом опросе на тему: «Социальные сети как средство и условие самовыражения личности». Целью анкетирования является исследование особенностей самовыражения и самореализации в социальных сетях.

Опрос проводится анонимно, его результаты будут использованы в обобщённом виде. Мы рассчитываем на Вашу искренность. Вам предстоит выбрать один вариант ответа, наиболее Вам близкий, за исключением тех случаев, когда указана возможность выбора нескольких вариантов ответа. Нужный вариант отметьте удобным Вам образом или, если требуется, напишите.

1. В каких из нижеперечисленных социальных сетей Вы зарегистрированы (имеете аккаунт)? (выберите все возможные варианты)

А) «Одноклассники»

Б) «ВКонтакте»

В) «Мой Мир@mail.ru»

Г) «Мой круг»

Д) «Я.ру»

Е) «Livejournal»

Ж) «Twitter»

З) «Facebook»

И) Google+

К) MySpace

Л) «LinkedIn»

М) другое (напишите) _____

2. Сколько времени Вы проводите в социальных сетях?

А) более 3 часов каждый день

Б) от 1 до 3 часов каждый день

В) менее 1 часа каждый день

Г) пользуюсь социальными сетями несколько раз в неделю

Д) пользуюсь социальными сетями раз в неделю

Е) пользуюсь социальными сетями раз в месяц

Ж) пользуюсь социальными сетями реже 1 раза в месяц

3. Сколько у Вас «друзей» (фолловеров, контактов) в социальной сети? напишите _____
(если у Вас есть аккаунты в нескольких социальных сетях, укажите данные об одном из них)

4. Как давно Вы зарегистрировались в социальной сети (если у Вас есть аккаунты в нескольких социальных сетях, укажите данные об одном из них)?

А) менее года назад

Б) 1-2 года назад

В) 3-4 года назад

Г) более 4 лет назад

5. В чём Вы видите преимущества общения в социальных сетях перед обычным общением?
(напишите) _____

6. В чём Вы видите недостатки общения в социальных сетях в сравнении с обычным общением?
(напишите) _____

7. Подлинны ли данные, представленные на Вашей странице (фотография, имя, личные данные)? (если у Вас есть аккаунты в нескольких социальных сетях, укажите данные об одном из них)

А) да, полностью

Б) частично

В) нет

8. Часто ли Вы меняете свой персональный образ (меняете фото, ник, обновляете статус)?

- А) 1 раз в неделю и чаще
- Б) раз в 2 недели
- В) раз в месяц
- Г) раз в полгода
- Д) реже, чем раз в полгода
- Е) никогда

9. К чему Вы стремитесь при самопрезентации в социальных сетях (размещение фото-, видеоматериалов, выбор ника, размещение персональной информации и проч.)? (до 2-х вариантов)

- А) к созданию яркого образа
- Б) к творческой самореализации
- В) к адекватному отражению своего образа (своих данных)
- Г) к отражению своих идей, чувств
- Д) к привлечению внимания
- Е) к возможности создания альтернативного образа, указания недостоверных данных
- Ж) другое (напишите)_____

10. Что Вы считаете наиболее важной частью своего виртуального образа?

- А) аватар (фотографию)
- Б) ник (имя)
- В) статус
- Г) заметки, записи
- Д) персональные данные
- Е) другое (напишите)_____

11. Оцените степень публичности размещаемых Вами заметок, постов, продуктов собственного творчества:

- А) доступны всем пользователям
- Б) находятся в ограниченном доступе
- В) доступны только Вам и/или близким друзьям

12. Состоите ли Вы в каких-либо сообществах, группах в рамках социальной сети?

- А) да
- Б) нет (переход к вопросу №17)

13. Во скольких сообществах в социальных сетях Вы состоите? (если у Вас есть аккаунты в нескольких социальных сетях, укажите данные об одном из них)? Напишите_____

14. В сообществах какого характера Вы состоите? (выберите все возможные варианты)

- А) научного, профессионального, учебного
- Б) творческого
- В) развлекательного
- Г) политического
- Д) другое (напишите)_____

15. Что Вас связывает с другими пользователями Ваших сообществ в социальных сетях? (до 3-х вариантов)

- А) общность интересов, целей
- Б) возможность свободного доступа к определённым информационным ресурсам
- В) определённый прошлый опыт
- Г) возможность свободного общения и обмена мнениями на интересующую Вас тему
- Д) возможность организации и координации совместной деятельности в реальной жизни
- Е) личное знакомство в реальной жизни
- Ж) другое (напишите)_____

16. Что Вам даёт участие в сообществах социальных сетей? (до 2-х вариантов)

- А) возможность обмена опытом
- Б) досуг и развлечения
- В) поиск единомышленников
- Г) возможность самореализации и самоутверждения
- Д) организация совместной деятельности в реальной жизни

Е) другое (напишите) _____

17. Оцените, насколько Вы в социальных сетях стремитесь к достижению следующих целей (по 10-балльной шкале, где 1 – совсем не важно, 10 – очень важно):

творческое самовыражение	
создание нового образа, имиджа	
быстрая и удобная коммуникация	
ощущение поддержки, причастности	
интересное времяпрепровождение	
поиск друзей, единомышленников	
свободный доступ к различным информационным ресурсам	
выражение своих идей, мнений, чувств	
организация коллективной деятельности	
приобщение к культурным ценностям	
организация личного пространства (организация встреч, событий, напоминания и проч.)	
приобщение к чужому опыту	
расширение кругозора	
психологическая разгрузка, релаксация	
обсуждение различных проблем	

18. Оцените, насколько социальная сеть позволяет Вам достичь следующих целей (по 10-балльной шкале, где 1 – совсем не позволяет, 10 – полностью позволяет):

творческое самовыражение	
создание нового образа, имиджа	
быстрая и удобная коммуникация	
ощущение поддержки, причастности	
интересное времяпрепровождение	
поиск друзей, единомышленников	
свободный доступ к различным информационным ресурсам	
выражение своих идей, мнений, чувств	
организация коллективной деятельности	
приобщение к культурным ценностям	
организация личного пространства (организация встреч, событий, напоминания и проч.)	
приобщение к чужому опыту	
расширение кругозора	
психологическая разгрузка, релаксация	
обсуждение различных проблем	

19. Что в социальных сетях Вы можете назвать творческим или креативным?

- А) всё новое
- Б) яркое, необычное
- В) несущее личностный отпечаток
- Г) красивое
- Д) интересное
- Е) способствующее самовыражению личности
- Ж) другое (напишите) _____

20. Как Вы удовлетворяете потребность в творческом самовыражении в социальных сетях? (напишите)

21. Что для Вас означает самореализация в социальных сетях? (до 2-х вариантов)

- А) отражать свой реальный образ (реальные данные)
- Б) создать яркий оригинальный образ, выгодно себя преподнести
- В) создать альтернативный образ с указанием недостоверных данных
- Г) иметь больше друзей

- Д) заводить полезные знакомства
- Е) размещать продукты своего творчества
- Ж) иметь высокий рейтинг
- З) другое (напишите)_____

22. Назовите наиболее значимые для Вас свойства Интернет-коммуникации (до 2-х вариантов):

- А) свобода
- Б) оперативность
- В) креативность
- Г) активность
- Д) отсутствие временных и пространственных ограничений
- Е) возможность анонимности
- Ж) другое (напишите)_____

23. Какое воспитательное воздействие, на Ваш взгляд, оказывают социальные сети?

- А) положительное
- Б) скорее положительное
- В) скорее отрицательное
- Г) отрицательное
- Д) затрудняюсь ответить

24. Представьте, что в течение длительного периода у Вас не будет доступа к социальным сетям. Вызовет ли это у Вас чувство дискомфорта?

- А) да
- Б) скорее да
- В) скорее нет
- Г) нет
- Д) затрудняюсь ответить

25. Укажите Ваш пол:

- А) мужской
- Б) женский

26. Укажите Ваш возраст: _____

27. Укажите Ваш уровень образования:

- А) среднее
- Б) профессиональное техническое
- В) среднее специальное
- Г) неоконченное высшее
- Д) высшее
- Е) два высших образования или учёная степень

28. Укажите Ваш личный доход (в месяц):

- А) до 5205 руб.
- Б) от 5206 до 10000 руб.
- В) от 10001 до 20000 руб.
- Г) от 20001 до 30000 руб.
- Д) от 30001 до 50000 руб.
- Е) от 50001 руб.

Благодарим за участие!

Приложение 2

Анкета социологического исследования «Сущность и содержание социокультурных практик личности в социальных сетях»

Уважаемый респондент!

Просим Вас принять участие в социологическом опросе на тему: «Сущность и содержание социокультурных практик личности в социальных сетях». Целью анкетирования является исследование мнения пользователей социальных сетей о ценностях и рисках Интернет-коммуникации в социальных сетях, а также о формах возможной деятельности в них.

Опрос проводится анонимно, его результаты будут использованы в обобщённом виде. Мы рассчитываем на Вашу искренность. Вам предстоит выбрать один вариант ответа, наиболее Вам близкий, за исключением тех случаев, когда указана возможность выбора нескольких вариантов ответа. Нужный вариант отметьте удобным Вам образом или, если требуется, напишите.

1. На Ваш взгляд, успешную коммуникацию характеризует (выберите до 3-х вариантов ответа):

- а) скорость и удобство
- б) эмоциональность контакта
- в) наличие непосредственного (физического) контакта с собеседником
- г) отсутствие пространственно-временных ограничений
- д) передача информации до адресата
- е) использование паралингвистических, невербальных средств
- ж) добровольный характер
- з) креативность, творческий характер
- и) другое (напишите)_____

2. Какие качества личности воспитывает коммуникация в социальных сетях? (выберите по одному варианту в каждой паре)

- а) активность-пассивность
- б) искренность - лживость
- в) решительность - нерешительность
- г) коммуникабельность - некоммуникабельность
- д) креативность – стандартное мышление
- е) открытость - замкнутость
- ж) толерантность - конфликтность
- з) ответственность - безответственность
- и) интеллигентность – низкий уровень общей культуры

3. Какие личные качества Вы проявляете в социальных сетях?

(напишите)_____

4. Назовите наиболее значимые для Вас ценности, распространённые в социальных сетях (выберите до 2-х вариантов ответа):

- а) коммуникабельность
- б) активность
- в) креативность
- г) оперативность
- д) свобода выражения мнения
- е) другое (напишите)_____

5. На что Вы тратите основное время, проводимое в социальных сетях? (выберите до 2-х вариантов ответа)

- а) межличностная коммуникация
- б) деятельность в рамках сообществ
- в) игры
- г) просмотр, прослушивание аудио-, видео- и иных материалов
- д) написание заметок, записей и т.д.
- е) другое (напишите)_____

6. Что Вы наиболее цените в материалах, размещаемых в социальных сетях? (выберите до 2-х вариантов ответа)

- а) разнообразие информационного содержания (в частности, продуктов художественной культуры)
- б) возможность свободного доступа к размещённым информационным ресурсам
- в) определённую целевую направленность (тематику материалов и т.д.)
- г) определённый культурный уровень
- д) возможность свободного участия в создании и размещении подобных материалов
- е) другое (напишите)_____

7. Материалы какого рода в социальных сетях вызывают у Вас наибольший отклик, интерес?

- а) досугового
- б) учебно-научного (познавательного)
- в) новостного
- г) творческого
- д) другого (напишите)_____

8. Как Вы относитесь к следующим явлениям и процессам в социальных сетях? (по 10-балльной шкале, где 1 – отношусь крайне отрицательно, 10 – полностью поддерживаю)

Явления и процессы	Оценка
а) распространение порнографических и экстремистских материалов	
б) широкое применение нецензурной лексики	
в) широкое применение «албанского языка» (намеренное нарушение орфографических правил)	
г) троллинг (агрессивное и оскорбительное поведение с целью разжигания конфликта)	
д) спам (навязчивая реклама)	

9. Оцените по 10-балльной шкале, насколько вероятными (реальными) являются следующие последствия коммуникации в социальных сетях: (1 – совсем не вероятными, 10 – очень вероятными)

Последствия коммуникации в социальных сетях	Оценка
а) снижение общего уровня коммуникативной культуры	
б) Интернет-зависимость	
в) ослабление социальных связей в реальной жизни	
г) распространение социально опасной (порнографической, экстремистской и т.д.) информации	
д) использование социальных сетей в политических целях (например, для организации митингов и т.д.)	
е) виртуализация общения	
ж) утеря конфиденциальной информации	

10. Оцените по 10-балльной шкале влияние возможных последствий коммуникации в социальных сетях на реальную жизнь человека и общества: (1 – крайне негативное влияние, 10 – очень положительное)

Возможные последствия коммуникации в социальных сетях	Оценка
а) снижение общего уровня коммуникативной культуры	
б) Интернет-зависимость	
в) ослабление социальных связей в реальной жизни	
г) распространение социально опасной (порнографической, экстремистской и т.д.) информации	
д) использование социальных сетей в политических целях (например, для организации митингов и т.д.)	
е) виртуализация общения	
ж) потеря конфиденциальной информации	

11. Оцените по 10-балльной шкале, насколько Вы удовлетворены своим индивидуальным образом в социальной сети? (где 1- совсем не удовлетворён, 10 – полностью удовлетворён) _____

12. Оцените по 10-балльной шкале, насколько важным для Вас является создание благоприятного индивидуального образа? (где 1 – совсем не важно, 10 – очень важно) _____

13. Оцените по 10-балльной шкале, насколько для Вас важно мнение других пользователей о Вашем индивидуальном образе в социальной сети? (где 1 – совсем не важно, 10 – очень важно) _____

14. Оцените по 10-балльной шкале своё согласие/несогласие (где 1- совсем не согласен, 10 – полностью согласен) со следующим высказыванием: «Материалы, размещаемые в социальных сетях, полностью соответствуют общепринятым моральным нормам» _____

15. Оцените по 10-балльной шкале своё согласие/несогласие (где 1- совсем не согласен, 10 – полностью согласен) со следующим высказыванием: «Материалы, размещаемые в социальных сетях, отличаются высоким культурным уровнем» _____

16. Какое влияние оказывает коммуникация в социальных сетях на Вашу реальную жизнь?

- а) положительное
- б) скорее положительное
- в) скорее отрицательное
- г) отрицательное
- д) затрудняюсь ответить
- е) не оказывает влияния

17. Чувствуете ли Вы зависимость от социальных сетей?

- а) да
- б) скорее да
- в) скорее нет
- г) нет

18. Укажите Ваш пол:

- а) мужской
- б) женский

19. Укажите Ваш возраст: _____

20. Укажите Ваш уровень образования:

- а) среднее
- б) профессиональное техническое
- в) среднее специальное
- г) неоконченное высшее
- д) высшее
- е) два высших образования или учёная степень

21. Укажите Ваш личный доход (в месяц):

- а) до 5205 руб.
- б) от 5206 до 10000 руб.
- г) от 10001 до 30000 руб.
- д) от 30001 до 50000 руб.
- е) от 50001 руб.

Благодарим за участие!