

# ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

УДК 070

## САМОПРЕЗЕНТАЦИИ ИНДИВИДА В СЕТИ: ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВЫХ ИГР

### NETWORK SELF-PRESENTATION: FEATURES OF LANGUAGE GAME

**Е. Васина**  
**E. Vasina**

*Финансово-промышленная группа «Альтком», Украина, 30830, г. Донецк, ул. Майская, 86а*

*Financial and industrial group «Altikom», 86a, Maiskaya Str., Donetsk, Ukraine*

*E-mail: Alena-vasina@yandex.ru*

*Аннотация.* В статье рассматриваются особенности самоидентификации и самопрезентации индивида в социальных сетях в контексте теории языковых игр. Доказывается, что образ человека в новых медиа выстраивается по специфическим сценариям, которые не только отличаются от традиционных, но и вступают с ними в конфликт.

*Abstract.* The article discusses the features of the individual's self-identity in social networks in the context of the theory of language games. It is proved that the image of man in the new media is built on specific scenarios, which are different from the traditional and conflict with them.

*Ключевые слова:* языковая игра, самопрезентация, социальные сети.

*Keywords:* language game, self-presentation, social networks.

Проблемы театральности современной социальной жизни активно обсуждаются и разрабатываются в гуманитаристике, начиная со второй половины XX в. Однако сегодня, с развитием новейших медиа, театральность, маскарадность проникли гораздо глубже в сознание и практики социальной жизни, нежели предполагалось на рубеже столетий, захватив области, которые ранее воспринимались как сугубо личные, интимные. В первую очередь, этому способствовало развитие социальных медиа. Под их влиянием происходят существенные изменения социокультурной реальности, повседневности и, естественно, сценариев идентификации и самоидентификации человека. При этом наиболее сильные трансформации происходят, прежде всего, в сфере приватной жизнедеятельности, которая всегда характеризовалась консерватизмом и даже косностью в отношении любых изменений. «Мы ощущаем и наблюдаем, как смысловое пространство приватной жизни воспроизводится в качественно новых типах повседневных практик, которые регулируются быстро меняющимися культурными стандартами»<sup>2</sup>, – отмечает О. Сергеева. Само понятие «приватная жизнь» претерпевает серьезные видоизменения под влиянием новых медиа, появляются новые формы взаимодействия как в личном, так и в публичном общении, причем грань между ними стирается.

Модели коммуникации, возникшие в социальных сетях, изначально парадоксальны по своей сути: рассчитаны и на возможность делиться самыми личными переживаниями, и на публичность одновременно. Это приводит к разрушению традиционных морально-этических норм, которые имеют принципиальное значение для формирования личности и являются основой социального взаимодействия. В социальной сети человек в первую очередь познает себя через взаимодействие с другими. Чтобы запустить этот процесс идентификации через оценку извне, он делится определенным фактом из своей или чужой жизни: прогулка в парк, прочтенная книга, встреча, выступление, профессиональные достижения. Однако желание привлечь внимание может вступить в конфликт с этическими нормами. Чаще всего это происходит из-за сложной игры контекстов: то или иное событие повседневности вырывается из первоначального виртуального текста жизни и благодаря гипертекстовым механизмам перемещается в другой контекст, где обретает совершенно новый смысл. Это в свою очередь может актуализировать новые фоны и фонды зна-

<sup>2</sup> Сергеева О. Медиакультура в практиках повседневности [Электронный ресурс] // URL: [http://www.russcomm.ru/rca\\_biblio/s/Sergeeva%20OV%202011.pdf](http://www.russcomm.ru/rca_biblio/s/Sergeeva%20OV%202011.pdf)



ний, благодаря которым событие получает иную трактовку, отличную от первоначальной, той, которую предполагал вызвать автор. Восприятие события зависит от социолектов аудитории, которые могут вступать в сознательно подготовленный или непреднамеренный конфликт.

Примером могут служить несколько случаев увольнения медсестер за селфи во время операций или снимки пациентов<sup>3</sup>.<sup>4</sup>,<sup>5,6</sup>. Случаи произошли в разных странах мира, однако события развивались по похожему сценарию: работники больницы выложили в социальную сеть фотографии пациентов, сделанные в ходе медицинских процедур, без их ведома. Так, бразильскую медсестру уволили из-за видео с пострадавшим футболистом Неймаром, медсестра из города Коломна потеряла работу из-за публикации фотографии обнаженного пациента в Instagram, ее коллега из Нижнего Тагила позировала во время проведения операций, на некоторых кадрах видны следы крови или пациенты под наркозом. Работа в больнице – повседневность этих женщин, но ее фрагменты, ставшие публичными, вызывают общественное осуждение. Подобные скандалы чаще всего возникают в сфере медицины, политики, образования, поскольку специалисты этих отраслей могут оказывать влияние на жизнь других людей, их деятельность связана со специфическими морально-психологическими, этическими, нравственными нормами. Традиции этих профессий или, скорее, традиционные представления о них, сформированные на протяжении длительного периода времени, разрушаются под действием новых сценариев коммуникации, которые задают новые медиа. Таким образом, устоявшиеся, общепринятые языковые игры, поддерживавшие модели традиционной социальной коммуникации новейшего времени вступают в конфликт с активно и *как бы* естественно становящимися новыми языковыми играми, обусловленными новыми правилами общения в виртуальном пространстве.

Понимание принципиальной публичности коммуникации в сети заставляет реципиентов трансформировать свою виртуальную личность в интернете, делать ее более привлекательной. В результате, самые личные, откровенные фотографии или домашние видео воспринимаются как постановочные, зритель расценивает их как шоу, часть всеобщей театральности сети, поскольку они выставлены напоказ перед неограниченной аудиторией. Отчасти такое восприятие обосновано: ведь любое сообщение, опубликованное в интернете, проходит через внутреннюю цензуру индивида, он сам определяет, что показать и в какой форме. Именно это дает основание говорить о целенаправленном формировании собственного аватара в сети, а, в конце концов, и житнетекста индивида, который не всегда еще четко осознает силы и возможности виртуального пространства влиять на всю его жизнь.

Образ повседневности, создаваемый индивидом в социальной сети, выстраивается, функционирует и развивается по специфическим сценариям, которые можно представить в виде языковых игр (Л. Витгенштейн). Под языковой игрой мы понимаем реализацию коммуникативного сценария социального взаимодействия, разыгрываемого и осуществляемого согласно системе конвенциональных правил, которых сознательно или подсознательно придерживаются участники языковой игры, шире – социальной коммуникации, вследствие их актуализации общественно значимыми культурными умонастроениями. Этот процесс порождения и восприятия текста, представленного одновременно вербальными и невербальными знаками, является целенаправленным и тесно переплетен с жизнедеятельностью, поступками участников социальной коммуникации, он изначально и непреодолимо дискурсивен по своей природе. Такой подход позволяет осмыслить процесс формирования виртуальной личности, который происходит в момент коммуникации в сложной, постоянно изменяющейся системе контекстов.

Новые медиа крайне быстро задают принципиально новые языковые игры, заставляющие индивида менять систему ценностей и особенностей общения в целом. Такие характеристики языковой игры как принципиальная дискурсивность, погруженность в жизнь, важны для понимания особенностей создания и существования искусственного образа в социальной сети. Он, искусственный образ, максимально синхронизируется с реальной жизнью, происходит взаимное влияние виртуальной личности и действительности. Физическое местонахождение человека отмечается геотегами в сети, подтверждается мобильными видео и фотографиями, текстовыми статусами. Повседневность текстуализируется, утрачивая свою изначальную приватность и нерелексированность.

Человек сознательно пишет текст своей жизни, корректируя его с учетом публичности. Он активно использует информацию, найденную в интернете: размещает статусы других людей, открытки, цитаты, чужие фотографии. В результате мы не можем говорить об идентичности реальной

<sup>3</sup> Медсестру уволили из-за видео с пострадавшим Неймаром [Электронный ресурс] // URL: <http://ria.ru/wc2014/20140707/1014994643.html>;

<sup>4</sup> Медсестру уволили за фотографию пациента в Instagram [Электронный ресурс] // URL: <http://fishki.net/anti/1339381-medsestru--volili-za-fotografiju-pacienta-v-instagram.html>;

<sup>5</sup> На Урале уволят хирурга, попавшего на «кровавое селфи» медсестры [Электронный ресурс] // URL: <http://ural.kp.ru/daily/26316/3194476/>;

<sup>6</sup> 10 фотографий в соцсетях, приведших к увольнению [Электронный ресурс] // URL: <http://fishki.net/1349422-10-fotografij-v-socsetjah-privedshih-k-uvolneniju.html>

и виртуальной личности. Скорее речь об определенной маске, связанной с действительностью, но не тождественной ей. Это наглядно демонстрирует частое использование выдуманных имен, прозвищ, различных изображений вместо собственной фотографии. В этом контексте актуален анализ мобильной фотографии, которая максимально полно реализует языковые игры социальных сетей. С одной стороны, она документальна (сделана с близкого расстояния, оперативно загружается в сеть, ограничены возможности для редактирования), а с другой, мобилография дает широкие возможности для игры со смыслом (выбор ракурса, ограниченный угол съемки, фильтры).



Например, фотография блогера thehautepursuit<sup>7</sup>. Этот блог является пространством существования искусственной повседневности и одновременно коммерческой площадкой. Блогер сращивает целенаправленно созданный виртуальный образ модной успешной женщины и он-лайн магазин бижутерии и одежды. На фотографии фрагмент повседневной жизни: компьютер и блокноты известных брендов ассоциируются у реципиента с достатком, стройное ухоженное тело с молодостью и красотой. Одновременно этот образ дополнен украшениями собственной торговой марки. Таким образом, в данном тексте совмещается рекламное и пиар сообщение, а также текст жизни конкретного человека. Он поддерживается и развивается в процессе коммуникации с другими пользователями: некоторые интересуются украшениями, некоторые – жизнью модели. Одно неотделимо от другого, включено в общий контекст, который состоит из аккаунта девушки в Instagram, блога, магазина. В примере с медсестрами разные стороны жизни женщин конфликтуют друг с другом, в данном примере видим более грамотную и продуманную стратегию, в которой один аспект усиливает другой. В первом случае в текст повседневности медсестры был некорректно, с точки зрения традиционных представлений об образе врача и медицины, вписан фрагмент профессиональной деятельности, во втором текст жизни конкретного человека выстраивается изначально с коммерческой целью.

«Единственно правильным и по-настоящему соблазнительным является то, в чем задействовано на одно измерение меньше», – пишет Бодрийяр. Это справедливо для образа индивида и его повседневности в сети. Реципиент создает виртуальную, искусственную версию своей повседневности, используя как реальные события своей жизни, так и выдуманные. Причем соотношение с реальностью в этом пространстве не самый главный критерий популярности, гораздо важнее найти точку пересечения интересов многих людей, чтобы вызвать активное обсуждение.

Реципиент, сознательно создавая свой образ в сети, может его редактировать в любой момент. В результате постоянного вмешательства, отбора, корректирования, обработки, искусственная повседневность виртуальной личности развивается отдельно от реальности, человек формирует в сети свой мир со своими правилами. Однако эта новая сущность может развиваться только во взаимодействии с другими, она встраивается в уже готовое коммуникативное пространство, которое имеет свои метаправила. Физические ограничения здесь заменяются социолектом, культурными кодами, фоновыми знаниями. Они здесь не такие как в реальном мире, а более гибкие и универсальные, потому что они уже формируются на основании языковых игр виртуальных личностей и сообществ. Эти ограничения в определенных моментах почти стерты. Так, языковые барьеры легко ломаются невербальными текстами. Но иногда становятся и более сильными, когда пользователь может заблокировать на своей странице тех, кто ему не нравится. Такое игнорирование в реальной жизни не всегда возможно.

Рассмотрим в качестве примера Instagram так называемого самого богатого подростка Парам Шарма<sup>8</sup> (390 тысяч подписчиков), который намеренно создает образ не просто богатого человека, а доводит свою искусственную повседневность до абсурда, размещая фото статусных и доро-

<sup>7</sup> <https://instagram.com/p/319-jMD1Y5/?taken-by=thehautepursuit>

<sup>8</sup> <https://instagram.com/itslavishbitch/>

гих вещей, денег и золота. Языковая игра строится на использовании узнаваемых во всем мире брендов, денежных знаков, которые ассоциируются с богатством и роскошью.



Виртуальная личность подростка приобрела большую популярность, он стал героем публикаций СМИ, которые пытались выяснить следующее: кто этот человек в реальной жизни, какие у него источники доходов? Есть несколько версий, начиная с той, что этот аккаунт просто способ пародировать богатых людей, до восприятия П. Шарма, как действительно существующего богатого молодого человека. При этом, в 2014 году он был арестован за продажу краденого телефона. В публикациях СМИ было указано, что особенности поведения в сети повлияли на решение правоохранительных органов: «Полиция узнала его, и им не нравятся его аккаунты в соцсетях. 30 тысяч долларов залога – это не та сумма, которая соответствует обвинениям в данном случае. Адвокат Парам Шарма»<sup>9</sup>.

Невозможность установления связи между реальной и искусственной повседневностью, мифологизация виртуальной личности поднимают проблему о статусе личности в сети, ее влиянии на реальную жизнь. Развитие мобильных технологий спровоцировало процесс сращения действительности и виртуального пространства на уровне повседневности. Помимо добровольно публикуемой информации, мобильное устройство фиксирует перемещения, поисковые запросы, просмотренные страницы. Человек оставляет много «следов» в сети, которые связаны с ним благодаря гипертексту. Все это дает возможность наблюдать за жизнью индивида в режиме реального времени, что позволяет говорить о приобретении искусственной повседневностью особенностей реалити-шоу. При этом у человека возникает определенная зависимость от этого пространства, в котором он формирует свой идеализированный образ, наблюдает за людьми, которые ему интересны, постоянно отслеживает значимую в его кругу общения информацию.

В реалити-шоу социальных сетей нет зрителей, все являются участниками. Все зарегистрированные пользователи вовлечены в создание и копирование смыслов. Даже самое простое действие, например, нажатие на кнопку «лайк» под чьим-то текстом уже отображается в ленте у «друзей» и тем самым передает информацию о предпочтениях, отношении реципиента к той или иной проблеме, его участии. В процессе существования в интернете личность расширяет свое виртуальное присутствие. В результате у пользователя появляются исключительно виртуальные связи с людьми и сообществами, которые впоследствии могут оказывать влияние на реальную жизнь. Индивид может идентифицировать или презентовать себя в качестве бога и формировать группу единомышленников, в которой он реализует эту роль<sup>10</sup>. Специфика социальной сети и интернета в целом не предполагает необходимости физически доказывать что-либо, в этом пространстве само утверждение является фактом, а не его соотношение с реальностью. Те, кто пытается максимально точно отразить свою повседневность и те, кто создает полностью вымышленную, – одинаково реальны в социальной сети. Этого требуют правила языковой игры новых медиа: в виртуальном пространстве все имеют равные возможности для взаимодействия с другими и самовыражения, реальная и выдуманная личность – лишь текст. Реальная и виртуальная личности связаны, но не тождественны друг другу. У них один источник, но они реализуются через разные языковые игры, воплощаются в разных формах жизни. Отсутствие иерархии, возможность напрямую связаться с любым участником сети, формирование собственного информационного пространства – это ключевые особенности языковых игр социальных сетей.

Подписчики страницы включают ее в ризоматическую сеть связей, которые уже без участия автора помещают ее в различные контексты, вовлекая новых последователей. Исследователь В. Римский отмечает: «Идентификация осуществляется всегда во взаимодействиях индивидов, этот процесс и приводит к постоянному развитию идентичности при сохранении целостности личности, чтобы обеспечить успешную коммуникацию с другими индивидами. Благодаря идентифи-

<sup>9</sup> «Самый богатый подросток в Instagram» попал в тюрьму за продажу краденого iPhone [Электронный ресурс] // URL: <http://tjournal.ru/p/jailed-for-selling-iphone>

<sup>10</sup><https://vk.com/id81777446>



кации индивиды включаются в систему социальных связей и отношений, а также определяют значимые для себя социальные группы, как правило, по признакам доверия, лояльности и солидарности с их членами»<sup>11</sup>. Взаимодействие с аудиторией, отклик – необходимая часть процессов самоидентификации и самопрезентации в сети. Исследователи все чаще говорят о нарциссизме в контексте социальных сетей<sup>12,13</sup>, наиболее активно эту проблему обсуждают психологи и социологи. Специалисты по массмедийности тоже должны обратить на это внимание, потому что нарциссизм (осознанный или нет) является эффективной, прежде всего, для привлечения внимания, моделью поведения в пространстве новых СМК, которую часто используют лидеры мнений, а как следствие, ее копируют обычные люди.

Например, балерину Анастасию Волочкову часто критикуют за попытки привлечь к себе внимание. Так, поводом для обсуждения в СМК стала ее фотография в Instagram на кладбище в городе Сибай у могилы родителей российского политика<sup>14</sup>. Эта стандартная для звезд шоу-бизнеса стратегия привлечения внимания, поддержания скандальной репутации, построенная на нарциссичном поведении, эффективно работает в интернете. Но в данном случае она скорее деструктивно влияет на образ. Игра на нарушении моральных норм дает быстрый всплеск обсуждения, но интерес к сообщению быстро угасает.



Такие стратегии приводят к тому, что нарциссизм пользователей социальных сетей чаще всего рассматривается как негативное явление. Стремление привлечь внимание, воплощенное в некорректных коммуникативных стратегиях, нередко вызывает критику, становится причиной скандалов в СМИ. Однако процессы изменения моральных норм уже запущены. Люди делают «селфи» во время пожаров, авиакатастроф, религиозных обрядов, несмотря на критику. Количество таких снимков только растет. Более того, корректная и эффективная стратегия поведения в социальной сети дает практически неограниченные возможности самореализации, становится основой профессионального развития и построения карьеры. Эти процессы требуют анализа и изучения, потому что они – уже часть повседневности. «В условиях стремительных преобразований, глобализации, сложности и гетерогенности социального пространства актуализируется так называемая игра идентичностями. Личность, будучи принципиально множественным и текучим образованием, подстраивается под определенные контексты и с помощью различных дискурсивных практик управляет впечатлением Другого. Возможность такой игры идентичностями присутствует в средствах Интернет-коммуникации, которые предоставляют широкий простор для самореализации и самоконструирования», точно формулирует российский исследователь О. Гримов<sup>15</sup>. При этом, снова подчеркнем, что тексты этих идентичностей не являются объективным отражением реальности. В то же время они могут влиять на действительность, а также на реальные или виртуальные личности других индивидов. Процесс сращения реального и виртуального аналогичен тому, который происходит в реальном шоу. Стирание граней между действительностью и искусственной повседневностью позволяет говорить не о противопоставлении двух реальностей, а о взаимном дополнении, расширении личного пространства. Однако оно перестает быть личным, приобретает признаки реалити-шоу.

<sup>11</sup> В. Римский В. Воздействие сети Интернет на социальную активность, формирование и развитие идентичностей [Электронный ресурс] // URL: [http://www.academia.edu/6142522/The\\_Influence\\_of\\_the\\_Internet\\_on\\_Active\\_Social\\_Involvement\\_and\\_the\\_Formation\\_and\\_Development\\_of\\_Identities](http://www.academia.edu/6142522/The_Influence_of_the_Internet_on_Active_Social_Involvement_and_the_Formation_and_Development_of_Identities);

<sup>12</sup> Горчаков Д. ИНФОГРАФИКА: Как социальные сети делают из нас самовлюбленных идиотов [Электронный ресурс] // URL: <http://lifehacker.ru/2013/12/18/selfie-syndrome/>;

<sup>13</sup> Ученые научились выявлять нарциссизм по профилям в социальных сетях [Электронный ресурс] // URL: <http://newsland.com/news/detail/id/328433/>;

<sup>14</sup> Волочкова шокировала поклонников фотографией среди могил [Электронный ресурс] // URL: <http://podrobnosti.ua/2037769-volochkova-shokirovala-poklonnikov-fotografiej-sredi-mogil.html>;

<sup>15</sup> Гримов О. Самопрезентация и самоидентификация личности в социальных сетях [Электронный ресурс] // URL: [http://www.rusnauka.com/6\\_PNI\\_2013/Psihologia/12\\_129127.doc.htm](http://www.rusnauka.com/6_PNI_2013/Psihologia/12_129127.doc.htm);



Как отмечает Т. Добросклонская, «Моделирование механизма отображения реальных событий средствами массовой информации позволяет выделить три основных типа медиапрезентаций, которые условно можно обозначить как отражение, реконструкция, миф»<sup>16</sup>. На наш взгляд, текст жизни и повседневности, который длительное время развивался в сети под воздействием различных коммуникативных сценариев, ближе всего по своей специфике к мифу. «Основной чертой медиамифа является его «заданность», направленная на оказание определенного идеологического воздействия, на достижение тех или иных политических целей» (Т. Добросклонская). Миф, создаваемый в социальной сети, – это не утопия или идиллия, это форма жизни: «Миф – не идеальное понятие, и также не идея и не понятие. Это есть сама жизнь. Для мифического субъекта это есть подлинная жизнь, со всеми ее надеждами и страхами, ожиданиями и отчаянием, со всей ее реальной повседневностью и чисто личной заинтересованностью. Миф не есть бытие идеальное, но – жизненно ощущаемая и творимая, вещественная реальность и телесная, до животности телесная действительность»<sup>17</sup> (Лосев). Также и образ, создаваемый в сети, со временем приобретает все более выразительные черты, становится самостоятельным, оказывает влияние на реальность, меняет повседневность и восприятие конкретной личности.

Представления индивида о себе в пространстве социальной сети постоянно меняется под действием контекста, мнений, поступков и медиапоступков других пользователей. Такое стало возможным благодаря специфическим языковым играм, которые дают неограниченные возможности «редактировать себя» в сети, изменяя свое прошлое и определяя свое настоящее, любые отсылки к реальности условны: где бы не находился человек физически, его виртуальная сущность всегда представлена в этом едином глобальном коммуникативном пространстве и доступна для взаимодействия с другими. Более того, она развивается и копируется, увеличивает свое присутствие в нем. Идентичности, выстроенные на разных платформах – Facebook, Instagram, YouTube одним человеком, – это также способ расширить свое присутствие, вовлечь в свое информационное поле как можно больше других, запуская бесконечное тиражирование текста своей жизни.

Новые медиа глубоко проникли в повседневность, доступные в любой момент, они стирают грань публичного и частного. Это также оказывает влияние на самопрезентацию. Люди делятся с виртуальными друзьями подробностями своей частной жизни, откровенными фотографиями, личными переживаниями. Однако, поскольку речь идет об отобранной и отредактированной информации, сложно говорить о ее соответствии действительности. В случае с социальными сетями скорее уместно рассматривать формирование текста жизни как создание новой, дополнительной реальности, которая существенно расширяет возможности самореализации человека, меняет принципы его самоидентификации. Языковые игры новых медиа специфичны, но генетически связаны с такими жанрами, как дневник, реальное шоу, публицистика, репортаж. Они вобрали в себя особенности противоречивых жанровых форм, которые объединяет интерес к повседневности, эмоциональная подача, дискурсивность. Важной особенностью языковых игр социальных сетей является то, что реципиент имеет широкие возможности для моделирования своего образа, однако не может полностью контролировать развитие текста жизни и процесс самоидентификации.

<sup>16</sup> Добросклонская Т. Массмедийный дискурс как объект научного описания [Электронный ресурс] // <http://cyberleninka.ru/article/n/massmediyny-diskurs-kak-obekt-nauchnogo-opisaniya>;

<sup>17</sup> Лосев А. Диалектика мифа [Электронный ресурс] // URL: <http://www.psylib.org.ua/books/losew03/index.htm>