

ВИЗУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ: ОБЩЕНИЕ В ЖИВЫХ ЖУРНАЛАХ

Важная научная парадигма социокультурных трансформаций в эпоху постмодерна получила название *виртуализации* общества. Идея этого подхода заключается в анализе реальности как состоящей из феноменов, замещающих или симулирующих реальные вещи и формы. Общество начинает все больше и больше ориентироваться не на реальную реальность, а на реальность замещающих образов, то есть виртуальность. Гиперреальность проникает в повседневную жизнь людей. Новые практики виртуальной реальности предполагают взаимодействие человека не с реальными объектами, а с их симуляциями. Перспектива того, что отношения между людьми примут форму отношений между образами, и есть перспектива виртуализации общества (Иванов, 2000).

Исследователи виртуализации подчеркивают, что логика виртуализации отвоевывает все новые и новые пространства, проникая в сферу экономики, политики, в институт семьи и др. (Иванов, 2000). С помощью концепции виртуализации можно описать и изменения, происходящие с повседневными практиками межличностного взаимодействия людей. На наших глазах происходит стремительное и повсеместное распространение новых видов социальных взаимодействий, опосредованных современными коммуникационными технологиями, среди которых особое место занимают различные сервисы сети Интернет – электронная почта, ICQ, чаты, форумы, Живые Журналы, сайты

* elizaveta.sivak@gmail.com

знакомств...«Живое» общение оцифровывается, все больше перемещается в виртуальную среду.

В понимании Д.В.Иванова виртуализация общения означает трансформацию общения во взаимодействие образов. На наш взгляд, необходимо сделать несколько дополнений для концептуализации этого понятия, яснее очертить рамки виртуального общения. Для анализа виртуальной коммуникации мы решили обратиться к активно развивающемуся ресурсу сети Интернет – Живым Журналам (www.livejournal.com). В качестве основного метода был выбран анализ визуального материала (так называемых «аватаров», «картинок пользователя»). Основания для выбора данного метода мы приведем далее.

Сначала сделаем ряд замечаний, необходимых для концептуализации этого понятия и касающихся распространенного понимания виртуальной реальности и виртуального общения как 1) опосредованного техническими средствами, сетью Интернет, компьютерами, 2) оторванного от актуальной реальности, никак с ней не связанного.

Во-первых, виртуальное общение стоит рассматривать не как частный феномен, обусловленный распространением сети Интернет, а как часть общего процесса виртуализации, развешествления общества. Если в эпоху модерна объективная реальность общества, доминирующая над социальной реальностью индивида, представлялась очевидной, то во второй половине XX века модерн сменяется эпохой постмодерна, в котором отсутствует упорядоченность, однозначность, определенность, придаваемая институциональным строем всем видам деятельности, для которого характерна дестабилизация социального порядка, объективной реальности социальных институтов и замена ее на реальность виртуальную. Человек эпохи постмодерна, сознавая условность, управляемость параметров социальной реальности институтов и возможность выхода из нее, не воспринимает ее как естественную данность, в которой приходится жить (Иванов 2000, Donath, 1998, Kelly, 1997, Reid, 1994, Turkle, 1994). По мнению

Ж. Бодрийяра, современный мир в эпоху постмодерна предстает как мир знаков и подобий, образов и симулякров.

Виртуализация в широком смысле, как парадигма новейших общественных изменений, и в том числе виртуализация общения, возможны не только посредством компьютера и сети Интернет. Возникновение новых коммуникационных технологий стоит рассматривать не только как средство, но и как следствие качественных изменений в обществе. Возможны и другие механизмы «встраивания» гиперреальности в повседневные практики. Например, в некоторых работах, посвященных виртуализации, описываются такие способы перехода на уровень взаимодействия образов, «отрыва» от повседневной, актуальной реальности, данной нам в естественной установке, как употребление различного вида наркотиков, акты художественного творчества, религиозный экстаз и др. (Силаева 2004). Кроме этого, виртуальное общение возможно и без явных опосредующих механизмов и техник. Рост популярности такого термина, как «имидж» (можно перефразировать известный рекламный слоган: «Имидж - все»), служит иллюстрацией тому, что в современном мире коммуникация переходит на уровень образов, виртуализируется. Мы свободно конструируем, изменяем разные аспекты нашей идентичности, например, посредством практик потребления. Процессу конструирования идентичности придается все большая важность. Появление таких профессий, как «стилист», «визажист», «имиджмейкер» также является примером все большей экспансии виртуализации, взаимодействия образов. Помня о том, что виртуализация общения может выходить далеко за рамки компьютерно-опосредованной коммуникации, в данном исследовании мы все же ограничимся изучением только онлайн-общения как взаимодействия индивидов в виртуальном пространстве сети Интернет, обладающем наиболее развитой технологической основой.

С другой стороны, виртуальное общение обязательно оторвано от актуальной реальности. Виртуальная реальность не сводима к актуальной

реальности, не является лишь ее отражением, и способна на нее влиять. Но создаваемые в процессе виртуальной коммуникации образы не могут быть совершенно оторванными от характеристик индивида, его прошлого опыта, и всегда в той или иной степени являются «продолжением» реальных черт и качеств в виртуальный мир. При конструировании множественных личностей в Интернет-коммуникации люди зачастую выражают некоторые свои стороны, качества, которые значительно легче проявить во множественных мирах Интернета, чем в актуальной реальности.

Одной из основных предпосылок исследования является предположение о том, что онлайн-общение в Сети виртуализировано в разной степени. С одной стороны, нельзя говорить о том, что медиум совсем не накладывает отпечатка на коммуникацию, и что общение в сети Интернет представляет собой практически полный аналог «реального» общения. Многие исследователи СМИ, например, М. Маклюэн, Т.Х. Эриксен, подчеркивают, что, подобно другим средствам массовой информации, Интернет представляет собой носитель, который может заполняться чем угодно, но который влияет на формирование содержания, определяет его характер (Эриксен, 2003). Одно из самых знаменитых высказываний М. Маклюэна – ‘medium is the message’ – медиум идентичен сообщению.

Различные исследователи выделяют следующие свойства Интернет-коммуникации (Baym, 2002, Becker, 1997, Donath, 1998, Suler, 1999, Turkle, 1994, Wellman and Hampton, 1999 и др.):

1. Анонимность, отсутствие однозначной связи между виртуальной личностью и «реальным» человеком;
2. Пространственная удаленность, физическая недоступность, отсутствие чувства физического присутствия рядом другого человека;
3. Относительная недостаточность средств коммуникации, ограниченный сенсорный опыт, ограниченность передачи невербальной информации, фрустрация визуальных и тактильных контактов;

4. Преимущественно вербально-текстовый характер коммуникации в Сети;
 5. Отсутствие явных, непосредственно определяемых признаков пола, возраста, расы, социального статуса, внешности, привлекательности и непривлекательности;
 6. Возможны особые временные характеристики коммуникации: нерегулярность, асинхронность;
 7. Возможность одновременного независимого ведения нескольких каналов коммуникации, в том числе в сложных конфигурациях с асимметричной информацией;
 8. Технологическая возможность фиксирования, в том числе скрытого, всех аспектов опосредованной коммуникации без дополнительных издержек (что, в частности, позволяет участникам постоянно иметь полную картину всего текущего и всех предыдущих сеансов коммуникации);
- и другие.

Эти свойства сетевой коммуникации обуславливают особый характер поведения человека в Интернете. В наиболее общем виде его можно назвать конструированием виртуальной личности, или, точнее, личностей. Анонимность, ограниченный сенсорный опыт и остальные особенности Сети предоставляют безграничные способы убежать от собственного тела, возможности максимального самовыражения вплоть до неузнаваемого самоизменения, позволяют формирования одновременно множества виртуальных личностей, экспериментировать с идентичностью, примерять на себя новые социальные роли, которые могут в какой угодно степени отличаться от ролей, исполняемых человеком в физически-реальном обществе. Отсутствие привязки к физическому телу, прошлому опыту человека снимает целый ряд барьеров общения (обусловленных, например, внешним обликом, статусной принадлежностью, невербальной частью коммуникативной компетентности). Тело в виртуальном пространстве конструируется самим человеком.

Медиум накладывает определенный отпечаток на общение в Сети. Однако мы можем наблюдать очень разные ситуации взаимодействия. Различные типы взаимодействий в виртуальной реальности занимают разные позиции на нескольких континуумах.

Во-первых, конструирование идентичности не всегда происходит осознанно. Люди очень различаются по степени осознания и контроля конструируемой идентичности в Сети. Одни делают полностью осознанный выбор своей идентичности, другие – частично осознанный и затем понимаемый с опытом, а третьи вообще не задумываются и живут с иллюзией полного контроля над собой. В любом из этих случаев мы имеем дело со взаимодействием сконструированных образов, но эти образы конструируются с разной степенью рефлексивности конструирующего их субъекта. Не стоит ставить знак равенства между компьютерно-опосредованным и виртуальным общением, как не стоит приравнивать ситуации, когда, например, знакомые в повседневной реальности люди назначают друг другу встречу по электронной почте и когда подростки знакомятся по ICQ, всячески искажая «реальную» идентичность, экспериментируя с различными аспектами создаваемых образов.

Во-вторых, континуум, который условно можно назвать «близость к состоянию симулякра». Согласно Ж.Бодрийару, образ подчас не является ни отражением подлинной реальности, ни ее изменением, но маскирует отсутствие подлинной реальности или вообще не имеет никакой связи с реальностью (Бодрийяр, 1995, 2000). Например, образ, создаваемый индивидом в компьютерно-опосредованной коммуникации, более близок к симулякру в случае экспериментов с идентичностью, сознательного конструирования гиперреальности, чем в случае нерефлексивного переноса «реальных» качеств в виртуальную реальность.

Наконец, третий континуум отражает степень, в которой виртуальное общение упорядочено нормами реального общения. Например, на некоторых

форумах могут быть приняты совсем иные ритуалы приветствия и прощания, обращения к собеседникам и т.д.

Таким образом, виртуальное общение неоднородно по ряду параметров. Под виртуальным общением мы понимаем такое общение, в процессе которого идентичности партнеров проблематизируются, сознательно (в большей или меньшей степени) конструируются и реконструируются в процессе коммуникации. Происходит это относительно свободно благодаря ослаблению связи с «нулевым» уровнем, с телесной оболочкой. В соответствии со вторым выделенным нами континуумом, сконструированные идентичности в разной степени могут совпадать с созданными в актуальной реальности Я-образами. Но в любом случае идентичности осознаются как конструируемые, изменяемые, не предзаданные (опять же, в большей или меньшей степени). Создание виртуальных образов может быть в большей или меньшей степени ориентировано на идеальное Я индивида. Процесс конструирования упорядочен нормами реального общества, и поэтому «детали», из которых выстраивается идентичность, часто представляют собой «гипертрофированные» эмоции, качества – красоту, агрессию, радость, печаль и т.д. Каждая черта характера, эмоция и т.д. становится потенциально доступной в качестве детали для «сборки» виртуальной личности. Интернет расширяет возможности виртуального общения, дает свободу идентификации: виртуальное имя, виртуальное тело, виртуальный статус, виртуальную психику, виртуальные привычки, достоинства и пороки. Общение через Интернет привлекает возможностью самому конструировать образ собственного Я. Таким образом, происходит виртуализация личности.

Созданные виртуальные личности, будучи отчужденными и становясь самостоятельными реальностями, начинают влиять на первоначально сконструировавшего их субъекта, а иногда становятся реальнее, чем его идентичности в актуальной реальности, приобретают статус гиперреальности. В качестве наиболее простых примеров можно упомянуть

зарождающуюся традицию представляться в реальной жизни никнеймами в Живом Журнале, распространение популярности наиболее известных пользователей Живого Журнала (тех, кого больше всего цитируют, комментируют и т.д.) далеко за пределы как Живых Журналов, так и виртуальной реальности.

Визуальный анализ – один из способов «объективировать» степень виртуализированности, отчужденности и сконструированности виртуальной личности, понять, как происходит конструирование виртуальной идентичности. Визуальный анализ в данном случае представляется адекватным исследовательским задачам: графический материал (картинки пользователя, «аватары») является одним из наиболее значимых способов самопрезентации и проявления идентичности в текстуализированном онлайн-общении. Если идентичность в виртуальном общении – модель для сборки, но картинки пользователя – одна из важнейших деталей.

Аватары можно рассматривать как репрезентирующие то или иное эмоциональное состояние пользователя. Также, вероятно, выбор аватаров отражает и общую направленность пользователя на ту или иную стратегию его общения в Сети. Набор аватаров как средство представления многогранного образа определяется тем, в какие сообщества входит пользователь, и демонстрирует то или иное положение пользователя на выделенных континуумах. Иллюстрацией могут служить сообщества в Живом Журнале: в сообществах, имеющих ярко выраженную направленность на знакомства для осуществления совместной деятельности (например, сообщество любителей автостопа, которые ищут попутчиков), где цели создания сообщества предполагают «реальные» встречи, в качестве картинок пользователя чаще используются фотографии людей, чем, например, в сообществе «76_82», посвященном обсуждению детских воспоминаний.

Но по картинкам пользователя можно также судить и о том, насколько осознанно конструируется идентичность, в какой степени она совпадает с

реальной, как человек последовательно конструирует тот или иной образ собственного Я.

«Реальную» фотографию можно рассматривать как случай минимального конструирования из отдельных составляющих, как перенос идентичности, целостного образа, который существует и в общении лицом-к-лицу, как практически нерелексивное реконструирование его в виртуальной реальности Интернет. Можно заметить определенную тенденцию: набор аватаров либо полностью состоит из реальных фотографий (либо вообще из одной фотографии), либо не включает реальной фотографии, но состоит из нескольких картинок, каждая из которых представляет пользователя с определенной стороны.

Если же в качестве картинки пользователя используется какой-либо визуальный образ, кроме реальной фотографии, то в этом случае мы имеем дело с попыткой (осознанной или нет) «разложить» конструируемый образ на части, сконструировать образ из отдельных составляющих. Как правило, подбирается несколько картинок, и каждая выражает эмоциональное состояние, передает определенные ассоциации своего обладателя.

Рассмотрим несколько примеров. Все аватары были взяты со специализированных сайтов¹, а также с личной страницы одного из пользователей Живого Журнала, разместившего в качестве аватаров свои фотографии, с согласия автора. Кроме этого, автору было задано несколько вопросов о содержании его Журнала.

Виртуальная идентичность этого пользователя сильно связана с реальной идентичностью и во многом является ее продолжением, «переносом» реальной идентичности в ситуацию Интернет-коммуникации. Фотографии отражают разные эмоциональные состояния – собранность, серьезность в первом случае и мечтательность, задумчивость во втором. Заметим, что первый аватар используется пользователем при размещении записей в сообществе Живого Журнала, которое состоит из коллег по работе,

¹ URL: <<http://avatars.nadych.net>>, <<http://avator.com.ru>>, <<http://avatars.mitoso.net>>.

и в котором обсуждаются текущие события, планы и т.д. Общение в этом Журнале ведется в основном с друзьями и коллегами; с ними обсуждаются реальные события, и во многом общение носит характер скорее не виртуальной, а опосредованной компьютером коммуникации.

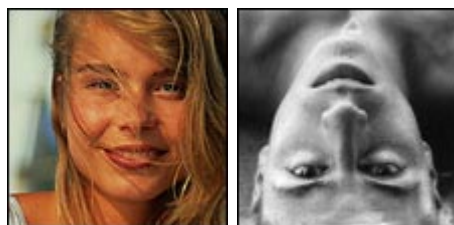
Рис.1.



Рассмотрим теперь несколько типов аватаров, размещенных на специализированных сайтах. Путем использования таких аватаров создается гиперреальный образ, отражающий интенции пользователя к экспериментам с идентичностью, его направленность на создание виртуальной реальности и виртуализации общения.

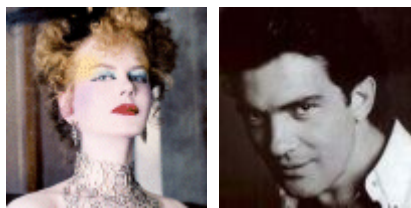
Как уже было сказано выше, виртуальная идентичность часто конструируется с ориентацией на идеальное Я. Эта ситуация проиллюстрирована на рисунке 2. В качестве норм, на которые ориентируются пользователи, в данном случае представлена нормы красоты. Картинки пользователя отражают идеализированные представления о красоте.

Рис.2.



На рисунке 3 представлена сходная картина, но в данном случае при конструировании идентичности используются целостные образы известных киноактеров – достаточно распространенная ситуация среди пользователей Живого Журнала.

Рис.3.



На следующих рисунках мы видим аватары, каждый из которых представляет в «концентрированном», гипертрофированном виде определенную эмоцию (злость, радость, растерянность) (рис.4) или более стабильные характеристики, например, черты характера, отношение к жизни (рис.5).

Рис.4.



Рис.5.



Таким образом, анализ визуальных данных поможет точнее концептуализировать само понятие виртуализации общения, а также определить степень имажинативности той или иной ситуации Интернет-коммуникации. Конструирование образа Я, игра с идентичностями занимает все более важное место в повседневной жизни человека, и имеет место не только в пространстве Интернет. Поэтому более точной представляется метафора не «отражения» реального в виртуальном, а также не полной

«оторванности» этих двух миров друг от друга, а постепенной трансформации реального в виртуальное, замещения «реальной» реальности – связанной с материальными объектами, относительно стабильной в своих пространственно-временных характеристиках – реальностью виртуальной с характерными для нее эфемерностью и условностью параметров, нематериальным воздействием, симуляцией реальных вещей и поступков.

Библиография:

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000.
2. Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 1995.
3. Иванов Д.В. Виртуализация общества. СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2000. [online]. <<http://www.vbooks.ru/AUTHORS/IVANOV-DV/019748.html>>.
4. Силаева В.Л. Подмена реальности как социокультурный механизм виртуализации общества. Диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук. МГТУ им. Баумана. 2004. [online]. <<http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2005/02/11/0000204183/DisserSilaeva.pdf>>.
5. Эриксен Т. Х. Тирания момента. Время в эпоху информации. М: Весь Мир, 2003.
6. Baym N. Interpersonal Life Online. // Lievrouw L. and Livingstone S. (ed.). Handbook of New Media. London: SAGE, 2002.
7. Becker B. To Be in Touch or Not? Some Remarks on Communication in Virtual Environments. Paper presented at the 6th International IFIP-Conference on Women, Work and Computerization, 1997 (<http://duplox.wz-berlin.de/docs/panel/becker.html>).
8. Donath J. Identity and Deception in the Virtual Community. // Kollock P. and Smith M. (eds), Ch. 2. Communities in Cyberspace. London: Routledge, 1998. pp. 27-57.

9. Riva G. Virtual Reality as communication tool: a socio-cognitive analysis // Communications Through Virtual Technology: Identity Community and Technology in the Internet Age / Edited by G. Riva and F. Davide. IOS Press: Amsterdam, 2001. [online]. <<http://search.ebscohost.com>>.
10. Suler J. Do Boys Just Wanna Have Fun?: Gender-Switching in Cyberspace. 1999. <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/genderswap.html>.
11. Turkle S. Constructions and Reconstructions of Self in Virtual Reality. Mind, Culture, and Activity, Vol. 1, No. 3, 1994. <http://web.mit.edu/sturkle/www/constructions.html>.
12. Wellman B. and Hampton K. Living Networked On and Offline. Contemporary Sociology, Vol. 28, No. 6, 1999. pp.648-654.