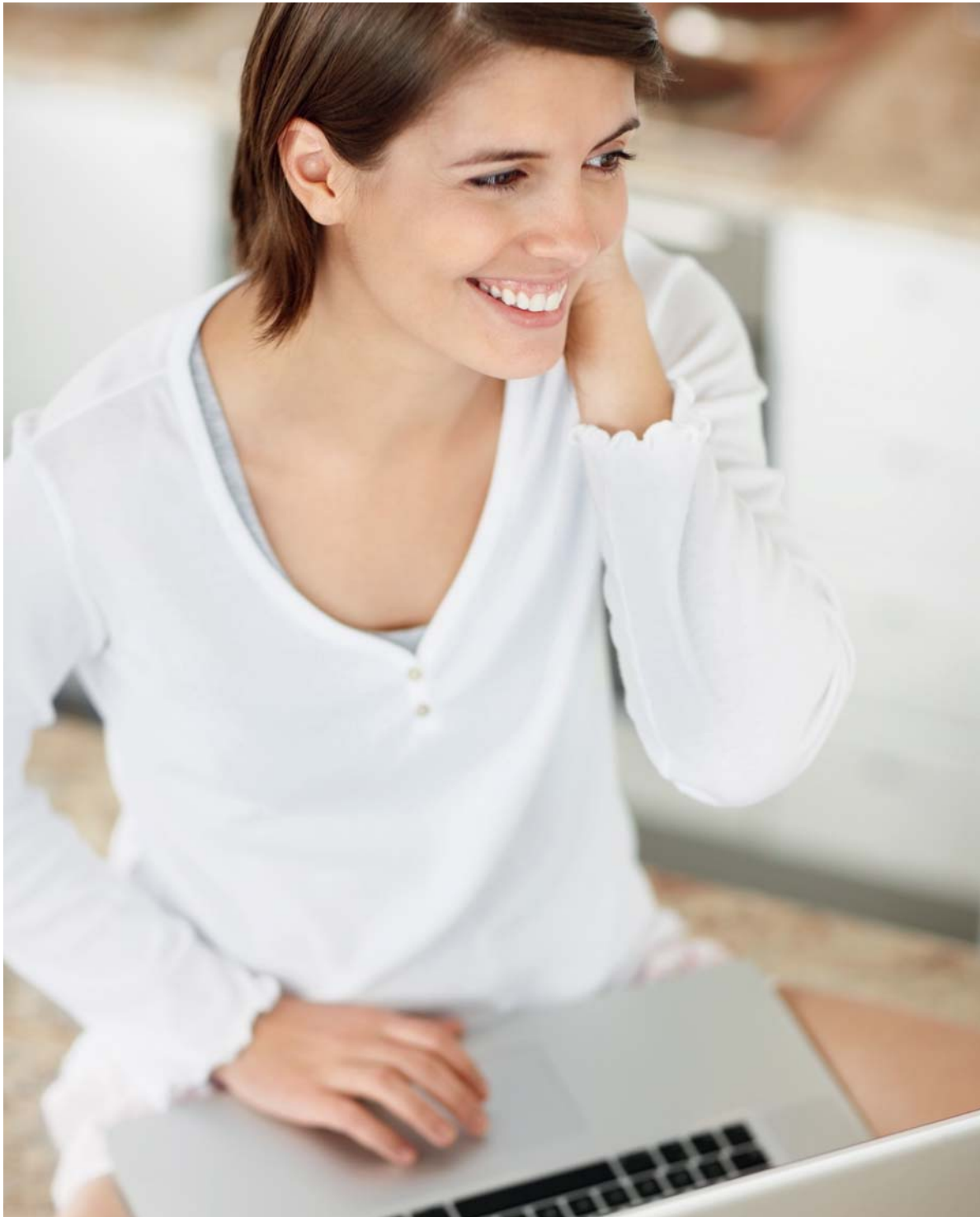


«Френдов у меня куча... с друзьями проблема»

Юношеские дневники эпохи «перепостмодерна»



Автор:

Елена Белинская,
доктор психологических наук,
профессор

Во все времена одним из характерных пристрастий позднего отрочества и ранней юности было ведение личного дневника. Сложности в самоопределении, вызывающие юношескую рефлексию и общение с самим собой, стимулируют и рождение этой формы самопознания — чтобы, как писал более 150 лет назад пятнадцатилетний Н.А. Добролюбов, «поговорить хотя бы с самим собою, за недостатком другого собеседника, который бы с участием выслушал мои признания». С развитием интернет-технологий неожиданно оказалось, что ведение личного дневника не есть прерогатива отрочества и юности: этим увлеклись люди самых разных возрастов, социальных слоев и интересов. Это позволило в ряде случаев утверждать, что технические возможности сети сами по себе провоцируют активное развитие этого жанра. Новые информационные технологии расширили обычному дневнику возможности авторства, задали новые формы и в определенном смысле видоизменили функции. Одним из основных парадоксов интернет-дневников повсеместно признается факт сочетания личных по своему характеру записей с тем уровнем публичности, который предоставляет сеть.

Но, думается, дело не только и не столько в публичности, как таковой (автор «классического» дневника в большинстве случаев тоже предполагал наличие некоего, реального или воображаемого, читателя), сколько в расширенных коммуникативных возможностях нового жанра. А именно — аудитория онлайн-дневников практически неизбежно становится активным соавтором дневниковых записей в силу интенсивной обратной связи. Публичная и в то же время частная природа онлайн-дневника разрушает традиционные культурные разграничения между приватным и общественным. Ведь автор записей постоянно осведомлен о читающей его аудитории, и даже возможность авторского контроля за размером этой аудитории не отменяет ее постоянного присутствия и готовности включиться в

Краткая история

Сервис LiveJournal был открыт в 1999 году американским программистом Брэдом Фицпатриком. В 2005 году американская компания «Six Apart», производившая программное обеспечение для блогов, приобрела управляющую компанию LiveJournal, принадлежавшую Фицпатрику. В 2006 году эта компания заключила контракт с российской фирмой «SUP Media», вследствие чего последняя получила лицензию на поддержку русскоязычных пользователей, т.е. на ту часть LJ, в которой используются кириллическими шрифтами. В 2007 году компания «SUP» объявила о том, что полностью выкупила у «Six Apart» компанию «LiveJournal, Inc»

ЖЖ сам о себе

■ «Это глобальная социальная сеть, объединившая русскоязычных блоггеров во всем мире. Это миллионы дневников, которые ведут журналисты, писатели, фотографы, политики, домохозяйки, полицейские, бизнесмены и все остальные. Это тысячи сообществ, посвященных обсуждению любых вопросов — от общемировых проблем до тонкостей разведения морских свинок.

Это оперативная информация, подчас опережающая СМИ; это сотни новых фотографий и видеороликов каждый день; это самые жаркие обсуждения»

■ «Пишите о том, что вас волнует. Показывайте свои фотографии. Общайтесь с родственниками, друзьями, коллегами и единомышленниками. Заводите новые знакомства. Спорьте, убеждайте, доказывайте. Объединяйтесь в сообщества по интересам. И определяйте сами, что вы готовы рассказать всему миру, а что — только своим близким друзьям»

■ «Теперь у вас есть доступ к ЖЖ с любого мобильного устройства, подключенного к интернету. Вы можете пользоваться вашим ЖЖ, где бы вы не находились. Читайте ленту друзей и комментарии, пишите посты и комментируйте, продолжайте общаться на отдыхе и в дороге. В общем, оставайтесь всегда на связи!»

общение. И потому ведущий такой дневник неизбежно в той или иной степени решает задачу самопрезентации, осознанного управления тем впечатлением о себе, которое формируется у читателей.

Почему в ЖЖ?

Прежде чем перейти к особенностям юношеских онлайн-дневников, остановимся кратко на общей характеристике такой формы дневниковых записей, как LiveJournal или Живой Журнал.

С точки зрения потенциальных видов активности для пользователя ЖЖ предоставляет возможность публиковать свои и комментировать чужие записи, вести коллективные блоги («сообщества»), добавлять в друзья («френдить») других пользователей и следить за их записями во «френдленте». Создатель дневника может реализовать себя не только текстуально, но и визуально — выкладывать фотографии,

видеоролики, графические изображения. Он может регулировать степень публичности своих записей, сделав их доступными как узкому кругу друзей, так и максимально открыть всем желающим.

Разнообразие технических возможностей в сочетании с многообразием возможной мотивации использования определяет и наличие различных вариантов ведения дневников в ЖЖ. Их, как минимум, пять:

■ ЖЖ как собственно дневник — наиболее близок к «классическому» дневнику: автор публикует записи, касающиеся событий собственной жизни, свои мысли и чувства по их поводу. Реакция аудитории и возможное обсуждение записи при этом не являются самоцелью;

■ ЖЖ как форум — авторские записи публикуются с обязательным расчетом на дальнейшее обсуждение, часто служат поводом для завязывания виртуального общения, нередко имеют провокативный характер;

■ ЖЖ как место для творческого самовыражения — автор использует возможности ЖЖ для публикации продуктов своего творчества (литературных произведений, фотографий), имея целью получение обратной связи и/или саморекламу;

■ ЖЖ как «площадка новостей» — большая часть записей автора является ссылками на различные информационные ресурсы, посвященные досугу, потреблению, собственно новостям из различных областей жизни; одной из целей выступает демонстрация своей компетентности;

■ ЖЖ как сообщество — объединяясь с другими блоггерами, автор становится членом уже существующего виртуального сообщества, подобно своим интересам или создает собственное, имея целью познавательную активность и/или обретение групповой идентичности.

Не менее многообразны варианты самопрезентации авторов онлайн-дневников. По характеру предоставляемой информации об авторе они могут быть, во-первых, социально или личностно ориентированные; во-вторых, по стилю создаваемых сообщений разделяются на социальные самокатегоризации (информация структурируется по социально-демографическим основаниям), я-нарративы (рассказы-повествования о себе и событиях своей жизни) и косвенные самохарактеристики (информация состоит из ссылок на сайты, отражающие интересы автора); в-третьих, по характеру ожидаемой аудитории, как ориенти-

рованные на знакомых по реальной коммуникации, разделяются и на более широкий круг читателей, включающий в себя практически неограниченное количество незнакомых людей. С течением времени ведения дневника стратегия самопрезентации его автора меняется. В итоге конкретный онлайн-дневник может представлять собой довольно разнородное целое.

В самом общем виде виртуальные дневники можно поделить на две категории: написанные больше для себя (более личностные, выражающие Я-для-себя их автора) и написанные больше для других (ориентированные более на коммуникацию и потому выражающие авторское Я-для-Других). Итак, какие же особенности онлайн-дневников имеют максимальное значение для юношеского возраста? Во-первых, неизбежное совмещение в ЖЖ коммуникации и аутокоммуникации ведет к публичности процесса построения своего Я, что приближает его к самопрезентации, к активному формированию Я-для-Других. Во вторых, потенциальное образование вокруг ЖЖ-дневника дискуссионной площадки из комментариев читателей заставляет автора постоянно вырабатывать и отстаивать свою позицию, активизируя процесс рефлексии. В-третьих, анонимность, характерная для интернет-коммуникации в целом, в ЖЖ выступает скорее не для того, чтобы скрыть как можно больше информации о себе, а для того, чтобы предоставить наиболее полную, чем в реальной жизни, информацию, в том числе и о своих взглядах и убеждениях, что задает новый импульс процессам социальной категоризации и самокатегоризации. В-четвертых, общее для виртуального общения уравнивание в социальном статусе пользователей существенно расширяет для автора ЖЖ содержательное разнообразие обратной связи. И наконец в-пятых, активность в ЖЖ существенно меняет привычные пространственно-временные параметры коммуникации: время диалога растягивается, предоставляя автору больше возможностей для формулирования своей позиции, а пространство приобретает черты « сетевого индивидуализма», когда каждый автор может создавать свою собственную сеть, ставя себя в ее центр, постоянно расширять ее и пересекаться с сетью других людей.

«Я очень светлый человек»

Эмпирическое исследование особенностей юношеских онлайн-дневников было проведено на выборке 250 человек в возрасте от 14 до 19 лет, из них 150 девушек и 100 юношей,



Немного цифр

- Сегодня LiveJournal включает в себя более 30 миллионов пользователей по всему миру
- Ежемесячно мировая аудитория LiveJournal увеличивается на 500 тысяч пользователей
- Русскоязычный сегмент (ЖЖ) насчитывает около 5 миллионов зарегистрированных аккаунтов и более 250 миллионов записей
- На март 2011 года Россия была на 2 месте (после США) в первой десятке стран по количеству пользователей ЖЖ
- Наиболее многочисленной (более 1/3) возрастной группой в ЖЖ являются пользователи в возрасте от 20 до 25 лет; подростки и юноши (до 18 лет) составляют примерно 1/10 часть пользователей

жителей России (170 человек) и Узбекистана (80 человек), имевших стаж использования ЖЖ от 4 месяцев до 1,5 лет. Анализировались ответы респондентов по методике неоконченных предложений. Целью было выяснить мотивацию ведения онлайн-дневника, стратегию самопрезентации в нем и характер интернет-активности (в частности — участие в других социальных сетях).

Прежде всего, и в российской, и в узбекской подвыборках доминирующим стимулом

создания и ведения онлайн-дневника являлась мотивация социального характера: желание получить обратную связь, вступить в общение, получить информацию о других. Этот тип мотивации более чем в 2 раза превалировал над мотивацией личного плана — стремлением к самовыражению, осмыслением событий своей жизни, составлением рассказов «о себе

для себя». Интересно, что характер мотивации оказался не связан с полом респондентов. Следует также отметить определенные культурные различия: социальный характер мотивации ЖЖ-активности в узбекской подвыборке был значимо более выражен. Основные результаты приведены в следующей таблице.

Тип мотивации	Название категории	Процент высказываний внутри группы (Россия)	Процент высказываний внутри группы (Узбекистан)
Социальная (всего 53% высказываний по России и 68% по Узбекистану)	Желание получить оценку других пользователей, относительно излагаемой в дневнике информации	29	34
	Желание узнать о жизни других людей	27	38
	Общение (со знакомыми и незнакомыми в реальной жизни людьми)	19	21
	Получение информации о каких-либо событиях	15	19
Личностная (всего 31% высказываний по России и 22% по Узбекистану)	Самовыражение	18	17
	Осмысление событий своей жизни, анализ своих мыслей, чувств, поступков	16	18
	Рассказ «о себе для себя», записи на память	13	12
	Выражение своих чувств и/или мыслей	11	9

Вот несколько типичных высказываний респондентов, которые пишут свои онлайн-дневники «для других»:

«Мне бы хотелось, чтобы меня чаще комментировали, ну или хотя бы просто читали... а еще лучше — чтобы понимали»; «больше всего мне нравится, когда на мои посты кто-то откликается, я кому-то интересен», «для меня ЖЖ — это возможность узнать, как живут другие люди, даже незнакомые», «в ЖЖ я каждый день могу общаться с друзьями и знакомиться с новыми людьми», «в ЖЖ у меня много френдов, и я всегда в курсе всего».

Приведем и высказывания тех, кто пишет «для себя»:

«В ЖЖ меня привлекает прежде всего возможность записывать все свои мысли», «когда пишешь, это заставляет думать о том, как выразить свои чувства словами», «ЖЖ для

меня — огромная часть жизни, это — часть меня», «ЖЖ — это прекрасный способ выразить себя».

При анализе дневниковых записей пользователей с разными типами мотивации выявились различия в характере самопрезентации их авторов. Те, кто пишет «для других», склонны к самопродвижению, особенно в случае ориентации на незнакомую по реальной коммуникации аудиторию, для этих авторов характерно желание вызвать у собеседников только позитивный образ себя:

«Я очень светлый человек», «Я круче, чем Чак Норрис и круче чем Вандам, Джоли по мне вздыхает, Пит рвется ко мне в друзья», «Я уверен в том, что будущее у меня будет СУПЕР, ведь впереди меня ждет успешная карьера».

Интересно, что с точки зрения стиля такие респонденты чаще, чем остальные, исполь-

зовали косвенные самохарактеристики: значимую часть их ЖЖ составляли ссылки на другие сайты (прежде всего — музыкальные) и перепосты из чужих ЖЖ. Иными словами, представляемое ими Я-для-Других было не столько собственным творчеством, сколько демонстрацией своей информационной компетентности и принадлежности к тем или иным виртуальным сообществам — особенно в тех случаях, когда демонстрировалась высокая степень ориентации на общение и получение обратной связи.

У тех, кто пишет «для себя», ведущая стратегия в большинстве случаев отсутствовала, что естественно — поскольку значимой аудиторией являлся в первую очередь сам респондент, он и не испытывал потребности целенаправленно формировать какой-либо образ. Такие записи являли собой результат самовыражения и рефлексии, и даже будучи в ряде случаев открытыми для широкой аудитории, представляли типичное я-повествование. Интересно, что респонденты с этим типом мотивации ведения ЖЖ практически не отличались от респондентов с социальной мотивацией по своей включенности в другие социально-сетевые ресурсы интернета. И для российских, и для узбекских юношей и девушек — авторов ЖЖ — оказалось характерным активное участие в таких сетевых сообществах, как ВКонтакте, Facebook, Мой Мир и Твиттер.

Итак, при наличии некоторых культурных особенностей для юных авторов ЖЖ в целом характерно использование этого ресурса как средства общения и взаимодействия. Тем самым в значительной степени это не «классическое» желание «поговорить хотя бы с самим собой», а способ «быть всегда на связи», «быть в курсе», чувствовать свою включенность в некоторое сообщество. Ради этой цели в основном используется стратегия демонстрация «хорошего себя», приближенного к идеалу «продвинутого пользователя» — информированного, включенного, читаемого другими, технически компетентного, что в определенной степени доказывает и факт активного участия авторов онлайн-дневников в различных социальных сетях. Я-для-Других превалирует над Я-для-себя, поиск путей самоопределения уступает желанию самоподтверждения и чувству общности с другими, знакомыми и не знакомыми людьми. Что стоит за этим — реальные трудности общения современного юношества, неисследованные взаимосвязи виртуального и реального взаимодействия или просто реаль-

Кратко о характеристиках пользователей ЖЖ

■ Согласно данным «SUP Media», самыми популярными интересами авторов ЖЖ являются «музыка», «кино», «книги», «психология» и «секс», однако признается, что эти интересы являются скорее декларациями-клише, нежели отражают реальное содержание записей

■ По исследованиям В.Л. Волохонского, ведущими мотивациями активности в ЖЖ являются «общение», «самопрезентация», «проведение досуга и развлечение», «установление социальных связей» и лишь в последнюю очередь «рефлексия»

■ В качестве основных личностных особенностей блоггеров выступают развитое логическое мышление, критичность, высокий уровень самооценки, склонность к лидерству; при этом тех, кто предпочитает создавать собственные записи, отличают высокая эмоциональность и низкий уровень самоконтроля, а тех, кто больше склонен комментировать чужие посты, — высокий уровень доверчивости в коммуникации и критичность к общепринятым социальным нормам

■ За время существования ЖЖ в нем установились некоторые специфические правила взаимодействия и коммуникации: наличие определенных языковых норм, правило взаимности в определении «френдов», приоритет автора исходного сообщения в последующих комментариях, зависимость внутригруппового статуса блоггера от частоты и информационного качества его коммуникации

■ Существуют данные о связи реальных и виртуальных взаимодействий активных участников ЖЖ: в блоги нередко переносятся особенности межличностных отношений в реальных группах, а параллельно идет процесс «блогификации» реальных групп — из участия в них нередко исключаются люди, не включенные в блог

ность повседневности, уже немислимой без интернет-коммуникации, — вопрос для дальнейшего изучения. Но несомненно то, что самые юные авторы русскоязычного ЖЖ осознают это. Как сказал один из наших респондентов, «Френдов у меня куча...с друзьями проблема».