

DOI: 10.35853/UfH-Public/Private-2020-03
УДК 316.77:316.472.4

Деперсонализация общения в цифровых коммуникациях: феномен «облегченной социальности»

Людмила А. Сабурова,

Удмуртский филиал Института философии и права УрО РАН,
г. Ижевск, Россия,
ORCID: 0000-0002-7243-652X, e-mail: sabur@udm.ru
ResearcherID: K-2275-2018
Scopus Author ID: 16481178500

Аннотация. Цифровые технологии, используемые в социальных коммуникациях, порождают всё новые феномены, нуждающиеся как в принципиально новых инструментах измерения и описания, так и в новых методологических подходах к их пониманию. В частности, необходимы теоретико-методологические основания исследований социальных общностей, которые учитывали бы специфику нового типа социальности, который порождается цифровыми взаимодействиями. Целью описываемого в статье исследования является построение теоретической модели функционирования сетевых сообществ мобилизационного типа. На первом этапе исследования анализ взаимодействия в сетевых сообществах осуществлялся в рамках методологии «обоснованной теории» (grounded-theory). Сплошное наблюдение за поведением онлайн-сообществ на платформах «ВКонтакте» и «Facebook» позволило выявить наиболее релевантные признаки взаимодействия, гипотетически влияющие на динамику сообществ. На основе анализа качественных данных, полученных в ходе исследования, сформулирована базовая гипотеза о том, что цифровые технологии не только определяют переход к нелинейным коммуникациям и к доминированию горизонтальных связей, но и формируют «слабейшие» социальные связи, приводят к деперсонализации общения, дисперсии и релятивизации социального капитала. Трансформирующиеся социальные взаимодействия создают новый тип социальности, который в статье описывается в метафоре «облегченной социальности». «Слабейшие» связи между цифровизированными социальными акторами позволяют говорить об «облегченной» социальности, поскольку социальный капитал участников редуцируется до символического, а уровень взаимных обязательств и социальной ответственности существенно снижается по сравнению с реальностью офлайн.

Ключевые слова: социальные коммуникации, онлайн-сообщества, слабейшие связи, деперсонализация, социальный капитал, горизонтальные связи

Благодарности: статья подготовлена при поддержке РФФИ, проект 19-011-00761.

Для цитирования: Сабурова Л. А. Деперсонализация общения в цифровых коммуникациях: феномен «облегченной социальности» // Публичное/частное в современной цивилизации : сб. науч. тр. XXII российской науч.-практ. конф. (с междунар. участием) (г. Екатеринбург, 16–17 апреля 2020 года) / ред. Л. А. Закс [и др.]. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2020. – С. 45–51. – DOI 10.35853/UfH-Public/Private-2020-03.

Depersonalization of Liaison in Digital Communication: «Lightened Sociality» Phenomenon

Lyudmila A. Saburova,

Udmurt Branch of the Institute of Philosophy and Law,
Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Izhevsk, Russia,
ORCID: 0000-0002-7243-652X, e-mail: sabur@udm.ru
ResearcherID: K-2275-2018
Scopus Author ID: 16481178500

Abstract. The digital technologies used in social communications give rise to new phenomena requiring both innovative measuring and descriptive tools, and new methodological approaches to understanding them. In particular, there is a need for a theoretical-methodological rationale of researches into social communities to account for the specificity of the

© Л. А. Сабурова, 2020



new type of sociality that digital interactions generate. The article describes a study aimed at constructing a theoretical model of functioning virtual communities of a mobilisation type. The initial phase of the study included the analysis of interaction in virtual communities under the methodology of the 'grounded theory'. The continuous observation of the behaviour of online communities on the VKontakte and Facebook platforms allowed us to identify the most relevant features of interaction hypothesised to influence the dynamics of the communities. Underpinned by analysis of quantitative data having been obtained during the study, the basic hypothesis was formulated as follows: digital technologies both determine the transition to non-linear communications and to the prevalence of horizontal connections, and form the 'weakest' social connections, leading to the depersonalisation of communication, dispersion and relativisation of social capital. Transformable social interactions create a new type of sociality described in the article through the metaphor of 'lightened sociality'. 'Weaker' linkages between digitalised social actors allow us to say about a 'lightened' sociality since the social capital of participants gets reduced to a symbolic amount, whereas the level of mutual obligations and social liability substantially decreases compared to off-line reality.

Keywords: social communications, online communities, weakest linkages, depersonalisation, social capital, horizontal linkages

Acknowledgments: the article was prepared under the support of RFFI, project 19-011-00761.

For citation: Saburova LA. Depersonalization of Liaison in Digital Communication: "Lightened Sociality" Phenomenon. In: Zaks LA, et al. (eds.) *The Public/Private in Modern Civilization: Collection of Academic Papers from the 22nd Russian Scientific-Practical Conference (with international participation) (Yekaterinburg, April 16–17, 2020)*. Yekaterinburg: Liberal Arts University – University for Humanities; 2020. p. 45–51. Available from: doi:10.35853/UfH-Public/Private-2020-03

Введение

Со времен Г. М. Маклюэна влияние технических средств коммуникаций на устройство социального мира [1], в том числе – на природу социальных связей, мало кто подвергает сомнению. Однако в исследованиях этих связей в цифровом мире методологической и понятийной основой по-прежнему выступают теоретические модели, сложившиеся в «доцифровую» эпоху. Из теоретических сдвигов, которые определяют направления и инструментарий социальных исследований цифровых коммуникаций, можно выделить лишь поворот исследователей к социально-сетевой теории М. Кастельса [2], которая, хотя и не является специфической для описания «цифровой социальности», но в большей степени релевантна задачам изучения горизонтальной социальной интеграции, характерной для цифровых коммуникаций. Разновидностью последних выступают коммуникации пользователей в интернет-сообществах, выступающие предметом интереса для обширного круга социальных, гуманитарных, технических дисциплин.

Необходимость понимания интернет-коммуникаций как принципиально нового типа социальных практик подчеркивается многими антропологами и социологами. Для описания этого нового типа реальности используется особый теоретико-понятийный аппарат: «виртуальный человек» и «виртуальная культура» (Т. Белсторф) [3], «дигитальная антропология» (Д. Миллер) [4], «нетнография» (Р. Козинец) [5]. Аксиоматическими для исследователей становятся представления о принципиальных сдвигах в онлайн-коммуникациях, таких, например, как переход к нелинейным коммуникациям и к доминированию горизонтальных связей, фрагментарность отношений [6, с. 158–168]. Но при этом многие исследователи продолжают строить формализованные модели поведения интернет-сообществ, используя такие традиционные категории описания и измерения сообществ, как «сплоченность» (Ярская) [7], «идентичность» (Войскунский) [8], «самопрезентация» (Nahapiet and Ghoshal; Moibus and Quoc-Anh) [9; 10], «социальная структура», «лидерство» (Бондаренко) [11] и т. д., вопрос релевантности всех этих характеристик изучаемым процессам остается открытым.

Таким образом, цель описываемого исследования заключается, наряду с количественным анализом факторов интеграции интернет-сообщества, в выявлении специфических качественных характеристик онлайн-интеграции. В качестве объекта исследования были выбраны сообщества мобилизационного типа. Под сообществами мобилизационного типа в исследовании подразумеваются формально закрепленные в социальных сетях группы и сообщества, взаимодействие в которых направлено на совместное решение каких-либо практических общих целей и задач. Такая фокусировка в отношении объекта исследования вызвана необходимостью выделить среди обилия «пабликов», «блогерских групп»,

«форумов» именно социальные сообщества, предполагающие в качестве основы группы именно взаимодействие, а не одностороннее или взаимное информирование. То есть при такой фокусировке изучаемые социальные общности выступают не средством медийных коммуникаций, а самоцельной и самоценной моделью социальности.

Методология

Именно для того, чтобы избежать экстраполяции уже существующих и устоявшихся теоретических представлений о поведении сообществ и факторах их интеграции на принципиально новую предметную область и подойти к изучению интеграции виртуальных сообществ в социальных сетях как к предмету, с большой долей вероятности обладающему собственной природой и механизмами функционирования, в эмпирической части исследования был использован подход *обоснованной теории (grounded theory)*, позволяющий индуктивными методами выявлять связи и закономерности в социальных процессах, представляющихся новыми либо малоисследованными [12]. Сущность подхода состоит в том, что концепты и гипотезы вырабатываются как результат непосредственного наблюдения, фиксации и накопления фактов по мере поиска общих и особенных характеристик протекания социальных процессов. Формирующиеся при этом предположения о существенных признаках и их связях затем валидируются с помощью набора определенных процедур.

На первом этапе исследования осуществлялось сплошное наблюдение поведения пользователей – членов 12 сообществ в социальных сетях «ВКонтакте» и «Facebook» (5 – в «ВКонтакте» и 7 – в «Facebook», полный список групп см.: Кавеева и др. [13, с. 59]). Для построения модели функционирования и развития виртуальных сообществ были выбраны группы только мобилизующего типа, то есть группы, предполагающие в качестве основной или промежуточной цели общения совершение неких согласованных действий в офлайне. По остальным признакам – географическому охвату, количественному составу, возрасту группы, с учетом тематики отбор групп строился по принципу достижения максимального разнообразия.

Сбор и анализ данных осуществлялись как количественными, так и качественными методами, в два этапа. Задачей первого этапа являлось определение признаков, позволяющих фиксировать и оценивать основные параметры групповой интеграции. Фиксировались рост сообщества, частота сообщений, типы реакций, комментарии, офлайн-акции и отчеты по ним, осуществлялось открытое кодирование. Одновременно фиксировалось содержание сообщений и комментариев к ним. На втором этапе собранный материал подвергался процедурам осевого и избирательного кодирования с последующей интерпретацией [14]. В ходе нескольких итераций полученный материал был проанализирован в понятиях первого уровня обобщения. Дальнейшая категоризация проводилась уже с применением математического аппарата. Анализировались такие признаки, как изменение объема сообщества, динамика солидарных реакций (количества лайков под публикацией, количества репостов), темпы роста/снижения численности, доля активных участников, эмоциональность обсуждений, количество просмотров, внешние и внутренние причины событий, специальные усилия модераторов и т. д. При математической обработке полученных результатов использован метод анализа иерархий Т. Саати. Выбор метода обусловлен тем, что он не требует предварительного «правильного» знания об объекте исследования, а, наоборот, позволяет получить корректное его понимание в процессе итераций неструктурированного, «непредвзятого» наблюдения. К сильной стороне метода следует отнести также возможность структурировать качественно разнородные факторы.

Полученные на предыдущих этапах категории признаков при применении данного метода были иерархически структурированы посредством экспертных оценок и отнесены к различным уровням иерархии (в качестве экспертов выступили социологи, проводившие наблюдение) [15]. В дальнейшем на основе попарного сравнения полученные признаки были взвешены. Для предварительных результатов исследования малоизученных объектов удалось добиться достаточно согласованной оценки экспертами степени важности и ранжированности наблюдаемых факторов.

Результаты и обсуждение

1. Параметры, отражающие личностные, персонализированные связи и отношения, оказываются менее значимыми в развитии сообществ. Среди параметров интеграции на первый план выходят цели и ценности группы, социально-культурные аспекты, особенности онлайн- и офлайн-активности. И слабо влияют на интеграционные процессы параметры лидерства, доверия, сплоченности группы. Эти факторы влияли лишь в единичных случаях, в кейсах «гибридных» групп. Под «гибридными» мы подразумеваем группы, в которых участники объединяются не только коммуникациями в онлайн-пространстве, но знакомы лично, причем не просто знакомы, а имеют историю взаимодействий, не связанных с онлайн-коммуникациями.

2. Во всем объеме связей внутри изучаемых сообщества доминируют связи «слабейшего» типа. В развитие теории М. Грановеттера о сильных и слабых связях [16], под «слабейшими связями» подразумеваются связи, не только не предполагающие близких, эмоционально насыщенных, устойчивых отношений, каковыми являются «сильные связи», но также не предполагающих устойчивых социальных ожиданий, социальных обязательств и формальных социальных ролей, предполагаемых «слабыми связями». «Слабейшие связи» в чистом виде – обмен информацией, включая обмен реакциями на информацию, которые сами по себе также являются лишь информацией.

3. С содержательной стороны процессы общения в онлайн-сообществах также деперсонализированы. Акторы – участники процессов взаимодействия в своем цифровом воплощении перестают быть конкретными личностями со своей историей, статусами, социальными ролями. В формате, продиктованном конкретной социальной сетью либо иным ресурсом, предполагающим социальное взаимодействие, актер предьявлен текстом – картинкой, символом, словами, а поводом для коммуникации являются любые цифровые события, представляющие интерес для участников, причем отдельные персональные мнения практически не влияют на степень этого интереса и направленность реакции.

Соответственно, многогранное и живое социальное целое, описываемое категорией «личность» (personality), редуцируется в онлайн-сообществах до информационного события большего или меньшего объема. С учетом мозаичности и фрагментарности самих процессов коммуникации не только акторы, но и их взаимоотношения не имеют истории, а также иного контекста, кроме конкретного информационного сюжета (повода), мнения о котором предьявляются пользователями.

Более того, уже достаточно институционализированные нормы *цифрового этикета* [17] не приветствуют «перехода на личности» в комментариях или обсуждениях того или иного вопроса. Под «переходом на личности» подразумевается использование в дискуссии информации, размещаемой на личной странице оппонента (возраст, профессия, увлечения и т. д.). Обращение участников группы к личным страницам допускается только в ситуации подозрения в «фейковости» говорящего. Во всех остальных случаях использование личной информации воспринимается как «дурной тон».

Процесс деперсонализации институционально подкрепляется принципом анонимности общения в социальных сетях. Хотя анонимность присутствия в социальных сетях в Интернете существует лишь в качестве теоретической возможности и большинство пользователей общаются под собственными именами, наличие такой возможности ослабляет и редуцирует интерес пользователей к личностям собеседников. Пользователи, изначально предполагающие право других собеседников принимать любое цифровое воплощение, одинаково спокойно обращаются как к собеседникам, имеющим фамилию, имя, профессию, так и к собеседникам, выступающим под самыми неожиданными «никами».

Деперсонализация в цифровых коммуникациях в контексте функционирования онлайн-сообществ приводит к **дисперсии и релятивизации социального авторитета** и, соответственно, – к принципиально новым механизмам формирования и функционирования социального капитала, в том числе – персонального социального капитала. Для обеспечения лидерства в социальных сетях, в Интернете необходимы иные, чем в офлайн-сообществах, ресурсы – время для присутствия в Сети, владение технологиями и т. д. Но эти ресурсы выступают лишь фоновыми факторами лидерства. Основной ресурс – способность быть интересным с информационной точки зрения, привлекать внимание аудитории. Захват внимания и ценностная близость оказываются гораздо более востребованными элементами социального капитала личности, чем реальный социальный статус, доверие, обладание политическими или экономическими ресурсами.

Выводы

Эти особенности цифровых социальных взаимодействий, в свою очередь, позволяют описывать новый тип социальности, характерный для цифровых коммуникаций с помощью метафоры «облегченная социальность». Использование этой метафоры подкрепляется результатами анализа эмпирических данных в исследовании особенностей социальной интеграции в онлайн-сообществах.

В частности, «облегченность» социального проявляется в **смещении и редукции базовых социальных различий**. Социальные различия в групповых коммуникациях, социально-ролевая дифференциация обнаруживаются только в выбираемой тематике и используемой лексике и иных коммуникативных средств, то есть – в особенностях дискурса как символическом выражении социального капитала. Онлайн-дискурс скрывает традиционные социальные различия, но вводит новое различие: между «посвященными» и «непосвященными». Важнейший социальный алгоритм распознавания «своих» и «чужих» сохраняется, но редуцируется до простейшего реагирования на визуальные или лексические сигналы.

«Облегченная» социальность, таким образом, проявляет себя в редукции социального капитала до символического, социальных связей – до «слабейших», персональных отношений – до ситуативно-реактивных, личностного присутствия – до информационного события.

Информация об авторе

Людмила Альбертовна Сабурова, кандидат философских наук, доцент, старший научный сотрудник Удмуртского филиала Института философии и права УРО РАН (г. Ижевск, Россия).

Information about the author

Lyudmila A. Saburova, Cand. Sci. (Philosophy), Associate Professor, Senior Researcher, Udmurt Branch of the Institute of Philosophy and Law, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Izhevsk, Russia.

Список литературы

1. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Г. Николаева. М.: КАНОН-пресс-Ц; Жуковский: Кучково поле, 2003. 462 с.
2. Кастельс М. Власть коммуникации. М.: ИД Высшей школы экономики, 2016. 564 с.
3. Boellstorff T. Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human. Princeton: Princeton University Press, 2008. 344 p.
4. Miller D. Artefacts and the meaning of things // Companion encyclopedia of anthropology / ed. by T. Ingold. London: New York: Routledge, 1994. P. 396–420.
5. Kozinetz R. V. Netnography: Understanding Networked Communication Society // The SAGE Handbook of Social Media Research Methods / ed. by A. Quan-Haase, L. Sloan. URL: https://www.academia.edu/14823705/Netnography_Understanding_Networked_Communication_Society (дата обращения: 01.07.2019).
6. Латыпов И. А., Обидина Е. Ю., Соколова О. П. и др. Социально-коммуникативные технологии формирования информационного общества в Удмуртии: монография / науч. ред. И. А. Латыпов. Ижевск: Изд-во Удмуртского университета, 2015. 212 с.
7. Ярская-Смирнова В. Р., Печенкин В. В., Решетников Д. С. Визуализация сетевой структуры групповых отношений в контексте анализа социальной сплоченности (на примере сети ВКонтакте) // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2014. № 39. С. 40–61. URL: <http://jour.isras.ru/upload/journals/6/articles/3778/public/3778-9101-1-PB.pdf> (дата обращения: 01.07.2019).
8. Войскунский А. Е., Евдокименко А. С., Федупина Н. Ю. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2013. Т. 10, № 2. С. 98–121.
9. Nahapiet J., Ghoshal S. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage // The Academy of Management Review. 1998. Vol. 23, № 2. P. 242–266. DOI 10.2307/259373.
10. Moibus M., Quoc-Anh D., Rosenblat T. S. Social capital in social networks. 2004. 7 October. URL: https://www.researchgate.net/publication/228423082_Social_capital_in_social_networks (дата обращения: 01.07.2019).
11. Бондаренко С. В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ: монография. Ростов н/Д: Изд-во Рост. гос. ун-та, 2004. 320 с.
12. Corbin J., Strauss A. Basics of Qualitative Research. Technics and Procedures for Developing Grounded Theory. SAGE Publications, Inc, 1998. 312 p.
13. Кавеева А. Д., Сабурова Л. А., Эстрина Ю. Ю. Ускользящее доверие в цифровых коммуникациях: что связывает пользователей в виртуальных сообществах? // Антиномии. 2019. Т.19, № 4. С. 45–65.

14. Штейнберг И., Шанин Т., Ковалев Е., Левинсон А. Качественные методы. Полевые социологические исследования. СПб.: Алетейя, 2009. 352 с.
15. Пономарев А., Благодатский Г. Построение эмпирической модели интеграционных процессов в интернет-сообществах: сочетание качественного и количественного подходов // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. 2019. Т. 3, вып. 4. С. 444–448. DOI 10.35634/2587-9030-2019-3-4-444-448.
16. Грановеттер М. Сила слабых связей // Экономическая социология. 2009. Т. 10, № 4. С. 31–50.
17. Turk V. Digital Etiquette: Everything You Wanted to Know about Modern Manners But Were Afraid to Ask. Ebury Press, 2019. 224 p.

Статья поступила в редакцию: 19.08.2020

Принята к публикации: 21.09.2020

References

1. McLuhan HM. *Understanding Media: The Extensions of Man*, translated by Nikolaev VG. Moscow: Kanonpress-Ts; 2003. 462 p. (In Russ.).
2. Castells M. *Communication Power*, translated by Tylevich NM, Chernykh AI. Moscow: Higher School of Economics Publishing House; 2016. 564 p. (In Russ.).
3. Boellstorff T. *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton: Princeton University Press; 2008. 344 p.
4. Miller D. Artefacts and the Meaning of Things. In: Ingold T. (ed.) *Companion Encyclopedia of Anthropology*. London: Routledge; 1994. p. 396–420.
5. Kozinetz RV. Netnography: Understanding Networked Communication Society. In: Quan-Haase A, Sloan L. (eds) *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. Available from: https://www.academia.edu/14823705/Netnography_Understanding_Networked_Communication_Society [Accessed 01st July 2019].
6. Latypov IA, Obidina EYu, Sokolova OP, Saburova LA, Platonova SI, Karmanchikov AI. *Sotsial'no-kommunikativnye tekhnologii formirovaniya informatsionnogo obshchestva v Udmurtii [Social and Communicative Technologies of Forming the Informational Society in the Udmurt Republic]*. Izhevsk: Udmurt University Publishing Center; 2015. 212 p. (In Russ.).
7. Yarskaya-Smirnova V, Pechenkin V, Reshetnikov D. Visualization of Group Relations Network Structure in the Context of Social Cohesion Analysis. *Sotsiologiya: metodologiya, metody, matematicheskoe modelirovanie» (Sotsiologiya: 4M) = Sociology: Methodology, Methods, Mathematical Modeling (Sociology: 4M)*. 2014;39: 40–61. Available from: <http://jour.isras.ru/upload/journals/6/articles/3778/public/3778-9101-1-PB.pdf> [Accessed 01st July 2019]. (In Russ.).
8. Voiskunsky AE, Evdokimenko AS, Fedunina NYu. Online and Real-Life Identity: a Comparative Study. *Psikhologiya: zhurnal Vyssei shkoly ekonomiki = Psychology. Journal of Higher School of Economics*. 2013;10(2): 98–121. (In Russ.).
9. Nahapiet J, Ghoshal S. Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*. 1998;23(2): 242–266. Available from: doi:10.2307/259373.
10. Moibus M, Quoc-Anh D, Rosenblat TS. Social Capital in Social Networks. *Researchgate.net*. 07.10.2004. Available from: https://www.researchgate.net/publication/228423082_Social_capital_in_social_networks [Accessed 01st July 2019].
11. Bondarenko SV. *Sotsial'naya struktura virtual'nykh setevykh soobshchestv [Social Structure of Virtual Network Communities]*. Rostov-on-Don: Rostov State University; 2004. 320 p. (In Russ.).
12. Corbin J, Strauss A. *Basics of Qualitative Research. Technics and Procedures for Developing Grounded Theory*. Sage Publications; 1998. 312 p.
13. Kaveeva A, Saburova L, Estrina J. Elusive Trust in Digital Communications: What Connects Users in Online Communities? *Antinomies = Antinomies*. 2019;19(4): 45–65 (In Russ.).
14. Steinberg I, Shanin T, Kovalev E, Levinson A. *Kachestvennye metody. Polevye sotsiologicheskie issledovaniya [Qualitative Methods. In-Field Sociological Studies]*. Saint Petersburg: Aleteiia; 2009. 352 p. (In Russ.).
15. Ponomarev AM, Blagodatsky GA. Construction of an Empirical Model of Integration Processes in Internet Communities: Combining Qualitative and Quantitative Approaches. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Sotsiologiya. Politologiya. Mezhduнародnye otnosheniya = Bulletin of Udmurt University. Sociology. Political Science. International Relations*. 2019;3(4): 444–448. Available from: doi:10.35634/2587-9030-2019-3-4-444-448 (In Russ.).
16. Granovetter M. The Strength of Weak Ties. *Ekonomicheskaya sotsiologiya = Economic Sociology*. 2009;10(4): 31–50. (In Russ.).

17. Turk V. *Digital Etiquette: Everything You Wanted to Know about Modern Manners but Were Afraid to Ask*. Ebury Press; 2019. 224 p.

Submitted 19.08.2020

Accepted 21.09.2020