

па-вясковаму: шах-шах – і гатова: паўбульбіны ідзе ў шалупінне – свінні ўсё з’ядуць. А бабуля – па-гарадскому: ашчадна, тоненька» [1, с. 53].

Новыя акцэнты выяўляюцца і ў вытоках творчага майстэрства Кузьмы Чорнага. Агульнавядома, як любіў беларускі класік творчасць А. дэ Бальзака, Ф. Дастаеўскага, як шмат вучыўся ў іх. Грунтоўна і пераканаўча расказвае сённяшнім чытачам пра гэта выдатная кніга А. Адамовіча «Маштабнасць прозы : Урок творчасці Кузьмы Чорнага» (1972). Але, аказваецца, быў у Чорнага і другі кумір у вялікай літаратуры – нарвежскі пісьменнік XX ст. Нобелеўскі лаўрэат Кнут Гамсун, творчасць якога ў савецкай літаратуры стала больш-менш вядомай у 1980-я гг. У размове з А. Зарыцкім Чорны, паказваючы на партрэт Гамсуна, які вісеў у яго кабінце, сказаў: «Вось гэта той парог, праз які мне ў маладыя гады давалося пераступіць» [1, с. 161]. Высокая праўда і мастацкасць творчай спадчыны Кузьмы Чорнага, якія так кранаюць душу чытача, па-новаму прачытваюцца і ўспрымаюцца сёння праз прызму яго няпростага жыццёвага лёсу, праз далучэнне да праяў яго жывой чалавечай душы.

Літаратура

1. Кузьма Чорны. Чалавек – гэта цэлы свет : успаміны, эсэ, артыкулы, інтэрв’ю, дакументы / укл. Г. Шаблінская. – Мінск : Мастацкая літаратура, 2016. – 510 с.

Василий Федоров

*Челябинский государственный университет
(Россия)*

НОМАДИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ *

«Номадический проект» впервые был предложен в работах постмодернистских философов Ж. Делеза и Ф. Гваттари [1]. Данное понятие стало основой для описания нового типа культуры и новой метафизики, заявивших о себе в западном обществе в постиндустриальную эпоху. М. А. Можейко, комментируя труды названных философов, выделяет такие ключевые характеристики, формирующие социальность и психологию актора постмодерна: «фундаментальная для постмодернизма установка на отказ от характерных для классической метафизики презумпций, а именно: а) презумпции жестко структурной организации бытия; б) полагания пространства в качестве дискретно дифференцированного посредством семантически и аксиологически определяющих

точек; в) понимания детерминизма как принудительной каузальности, причинения извне; г) выделения фундаментальных оппозиций внешне-го – внутреннего, прошлого – будущего и т. п.; д) полагания смысла в качестве имманентного миру (объекту) и раскрывающегося субъекту в когнитивных процедурах» [2].

Особенно актуальны высказанные суждения в условиях тотальной медиатизации. Освоение виртуальной реальности разворачивается в рамках номадических коммуникативных стратегий, обнаруживается в коммуникативных практиках пользователей социальных сетей. В. А. Сергодеев дает описание характерных особенностей коммуникации, опосредованной социально-сетевыми технологиями: виртуальность, замещающая объективный мир при помощи образов, аналогов и симулякров; текстуальный характер; интерактивность; гипертекстуальность; неопределенность пространственно-временной локализации интернет-коммуникации; креативность; мозаичность [3, с. 135–136].

Таким образом, в научном и философском типах дискурса активно формируется теоретико-методологическая база для осмысления не только социального поведения, социальных практик в первичной реальности, но и социальности и коммуникации в виртуальной реальности эпохи постмодернизма.

Предмет описания в данной статье – акт коммуникации рядовым пользователем. С коммуникативной точки зрения любое сообщение, оставленное пользователем на странице в социальной сети, представляет собой полноценное высказывание, которое отличается неопределенностью пространственно-временной локализации (синхронный и асинхронный типы взаимодействия) [3, с. 136]. Мы отчетливо можем наблюдать актуализацию номадических характеристик в организации акта коммуникации.

Так, в рамках одного сеанса нахождения на своей страничке пользователь выполняет сразу несколько коммуникативных действий, выступает в роли инициатора общения (адресанта) и в роли получателя (адресата). В этом смысле можно говорить о пересмотре статусно-ролевой модели коммуникативного поведения. Адекватнее сложившимся формам общения соответствует ситуативно-ролевая модель. Это проявляется в создании оригинального сообщения на странице, производстве комментариев к сообщениям других пользователей. Обнаруживается действие таких номадических характеристик коммуникативного поведения, как открытость, децентрация, прерывистость, или дискретность. Однако пользователь часто не в состоянии завершить коммуникацию, используя «асинхронный тип взаимодействия», переключаясь на обще-

ние с другими пользователями. Данный тезис имеет практическое продолжение. Симультанное потребление различных информационных потоков снижает степень критичности, отбор полезной информации. Наоборот, эталоном становится принцип нарастания включений других в один сеанс. Возникает эффект «скольжения», или «серфинга», который первоначально применялся для описания особой стратегии просмотра сайтов. Так, практика общения в этой сфере строится на количественном разрастании участников-комментаторов и собеседников, при этом включения имеют спонтанный или ассоциативный характер. Возникает кумулятивный эффект, который заключается в формулировании высказываний разными коммуникантами на одну тему в рамках конкретного сообщения. В связи с этим нарушается логическая цепочка и информационное сообщение становится всего лишь поводом для поддержания взаимодействия, создания эффекта присутствия. На событийном уровне это выражается в апелляции пользователей к схожим фактам, аналогичным ситуациям, замечаниям по поводу. Нормой становится интерактивное участие как таковое, обозначающее присутствие в Сети.

В этом же ряду стоит и содержание размещаемых сообщений, контента. Легко отметить действие принципа нонселекции (Д. Фоккема), снятие любых ценностных, эстетических, когнитивных оппозиций. Мы наблюдаем эклектичную картину, когда «на стене» соседствуют политические новости, курьезы и сообщения развлекательного характера. Кроме того, эклектичность и нонселекция проявляются в использовании различных знаковых систем передачи информации: функционирования полимодальных текстов-высказываний. Важно отметить, что указанные характеристики порождают такую черту, как креативность, то есть длящийся процесс создания сообщения, которое будет выделяться из общего потока, нарушать нормы и правила, даже установленные в ситуации кратковременной коммуникации. Данное теоретико-методологическое наблюдение уже давно используется практиками рекламы и маркетинга в социальных сетях для продвижения товара или услуги, расширения аудитории своего бренда. Сегодня рекламное сообщение не обременяет аудиторию «техническими» характеристиками товара или услуги, но предлагает веселую, оригинальную историю.

Еще одной номадической характеристикой коммуникативного поведения является повторяемость действий и высказываний. Это отразилось в использовании репостов. Репост (от *англ.* re – ‘снова, еще раз’, post – ‘сообщать, объявлять о чем-л.’) – «это повторная публикация какого-либо сообщения в пределах одного ресурса» (сервис «ВКонтакте»), и перепост

(способ распространения информации в Сети через сохранение на своей странице чужого сообщения) представляют большую долю среди всех сообщений на странице пользователя. Он работает с текстом-картинкой. Это сложное образование полифункционально: оно сообщает информацию о пользователе, указывает на его идентичность, становится средством выражения эмоций и психологических состояний. Ведь использование репостов и перепостов становится конвенционально обязательной практикой, единицей высказывания и не может им игнорироваться.

Таким образом, в рамках выбранной нами теоретико-методологической базы («номадический проект») следует говорить об изоморфности социальных и коммуникативных практик в первичной реальности и во вторичной, виртуальной реальности в ситуации постмодерна. Поведение пользователей социальных сетей развивает на новом техническом уровне, с помощью новых инструментов номадическую модель, теоретикам и практикам медиа следует учитывать эти факторы.

* Исследование проведено за счет гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых МК 7210.2016.6.

Литература

1. Делёз, Ж. Тысяча плато: капитализм и шизофрения / Ж. Делёз, Ф. Гваттари. – М.: Астрель, 2010. – 895 с.
2. Можейко, М. А. Номадология / М. А. Можейко // История философии : энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://velikanov.ru/philosophy/nomadologija.asp>. – Дата доступа : 08.08.2017.
3. Сергодеев, В. А. Коммуникативные практики в сетевых интернет-сообществах / В. А. Сергодеев // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2014. – Вып. № 1 (135). – С. 133–138.

Наталья Федотова

Белорусский государственный университет

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ РЕСУРС МЕДИАПРАКТИКИ

По результатам исследований, третье место среди интересов пользователей занимают игры и онлайн-игры (26 % для аудитории от 13 до 24 лет, 19 % – от 25 до 34 лет). Игры как вид развлечений занимают 51 % пользователей смартфонов (аудитория от 13 до 24 лет) и 56 % соответствующих пользователей (от 25 до 34 лет) [1].