

Идентичность сетевых художников (на примере социальной сети Twitter)

Научный руководитель – Хусяинов Тимур Маратович

Чеснокова Анастасия Сергеевна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» - Нижний Новгород, Факультет гуманитарных наук, Нижний Новгород, Россия

E-mail: nasty.chesnoks@gmail.com

Интернет - это пространство, предоставляющее свободу слова и самовыражения в той степени, в которой их не может предложить ни одно реально существующее государство. Интернет позволяет скрывать свою личность, создавать новую идентичность, находить единомышленников и организовывать не только личную, но и профессиональную деятельность. Это пространство не имеет единой культуры - лишь совокупность культур, синтезированных различными интернет-сообществами, объединенными каким-либо интересом. [1] Для того, чтобы составить максимально полное представление об интернет-культуре в целом, необходимо изучить культуру как можно большего числа интернет-сообществ. Поскольку изучить все невозможно, учитывая скорость изменения интернет-пространства, мы предлагаем обратить внимание на стремительно развивающееся в последние десять лет художественное сообщество, которое базируется в русскоязычной части социальных сетей, таких как ВКонтакте и Twitter. Художников, представляющих это сообщество, мы определяем как сетевых, т.е. художников, ведущих свою творческую деятельность в интернете, где они публикуют свои работы, собирают аудиторию и зачастую занимаются продажей продуктов творчества. Некоторые из них проявляют тенденцию к объединению для выполнения совместных проектов или поддержания коммуникации с себе подобными. Для изучения феномена мы выбрали одну конкретную группу, взаимодействие между участниками которой можно свободно проследить благодаря площадке, на которой происходит коммуникация.

С помощью дискурс-анализа удалось выявить следующие характеристики исследуемой социальной группы.

Во-первых, для данной группы характерна сетевая структура, которая, в теории, повышает эффективность работы над проектами, но поскольку русские сетевые художники зачастую не обладают высокой степенью самоорганизации, этот процесс налаживается лишь со временем. Примером таких проектов могут послужить зины - печатные издания графических рисунков часто малого объёма (порядка 20 страниц), выпущенные небольшим тиражом за счет художника в типографии или напечатанные самостоятельно на офисном принтере. Несмотря на проблемы с организационной частью, сетевая структура определенно позволяет с помощью брейнсторма достичь больших успехов в разработке идей и их осуществлении - например, в разработке концептов для зина или мерча для общего магазина и брендинга последнего.

Следующей характерной чертой данной группы следует отметить особенности личностной самопрезентации. Художники, принадлежащие данной группе, активно используют псевдонимы, создают фейки, практически не выкладывают свои личные фото и очень редко делятся персональной информацией, такой как возраст, пол, имя, место проживания, место обучения и так далее. На первый план выходит их творческая идентичность и интерес к искусству: личные страницы заполнены как их собственным творчеством, так и чужим, а также реакцией на него и на процесс создания собственного. Так, их идентичность формируется стилем изображения, которого они придерживаются, любимыми

темами и мотивами, отраженными в их произведениях, и творческими интересами - к определенным темам, течениям или авторам. Изучаемая группа сформировалась именно на основании схожести творческих идентичностей художников: их интересы и стили пересекаются, они учатся и перенимают интересы друг у друга и находятся в одном информационном поле. Это влияние распространяется и на их псевдонимы, чувство юмора, характеры и образ жизни, проведение досуга.

Единственное проявление частной жизни, помимо творчества, - эмоции художников. Это может быть реакция на произошедшее событие, просмотренный фильм, жизненные ситуации и проблемы. Данная особенность может быть обусловлена площадкой, на которой происходит коммуникация (в рамках исследования мы рассматриваем их аккаунты в Twitter), потому что она способствует большей эмоциональной открытости за счет системы микроблоггинга. Под этим подразумевается особая структура сайта, которая концентрирует внимание на твитах - постах с малым символьным ограничением, т.е. на кратких высказываниях пользователя, а не его профиле (самопрезентации).

Таким образом, в исследуемой группе сетевых художников мы выделили две характерные особенности: сетевая структура группы и особенности личностной самопрезентации, которая основывается на самореализации через творчество и эмоции, разделяемые с другими членами группы и аудиторией.

Источники и литература

- 1) Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновой. - Екатеринбург: У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. - 328 с. (Серия "Академический бестселлер").