

Дискурсивне конструювання досвіду у соціальних мережах.

Конструювання особистого досвіду відбувається у різноманітних середовищах, в яких обертається людина. Значна частина її життя відбувається «реалі», як зараз прийнято називати знаходження у певних фізично окреслених «декораціях», але останнім часом відчутної питомої ваги набувають й інші форми буттєвості, серед яких віртуальний простір є впливовою альтернативою реалу.

В. Дмитрієва и Ю. Святець висунули дві версії етимології терміну «віртуальний»: латинську (*virtualis* – можливий, передбачуваний, потенційний, такий, який може або повинен проявитися (1) та англійську (*virtual* – фактичний, дійсний, такий, що є чимось за суттю, реально) (2). Ймовірно, друге значення варто поставити під запитання, бо «дійсність» та «реальність» віртуальних вимірів є відчутно відносною, хоча для суб'єктів таких вимірів вона може мати суттєве та впливове значення. А ось у значенні «можливий» закладено дійсно дещо, властиве згаданому виміру, у ньому можливо відчутно багато чого, тут потенційно – на порядок більше можливостей, ніж у житті реальному.

Часто вживаний термін «віртуальна *реальність*» містить у собі смислову суперечність (вона містить як свої частини і нереальне, ірреально суттєвим чином), тому ми вважаємо, що термін «віртуальний простір» є більш прийнятним для використання у контексті питання, про яке буде йти мова. Варто зауважити і те, що розмежувати віртуальну реальність з іншими формами буття, знайти ті ознаки, за якими її можна виокремити – завдання не з простих.

Віртуальний простір – ми пропонуємо використовувати як термін, у якому основний наголос на перебування у середовищі, складові якого мають символічно-сміслові прояви. Головною відзнакою перебування у віртуальному просторі вважається можливість керувати інформаційними потоками та їх генерувати. Також суттєвим чином віртуальний простір підвищує ступінь свободи особистості щодо певних опцій її активності: свободу когнітивного пошуку та комунікативних практик, свободу самовияву та ступінь відкритості, з якою такий самовияв здійснюється, те, яким саме чином і що саме вона буде репрезентувати. Завдяки віртуальному простору особистість суттєвим чином розширює поле свого спілкування (якщо потребує цього), може обирати різноманітні варіанти комунікації. Соціальні мережі – це формат взаємодії між людьми, до якого належать й онлайн соціальні мережі: частина віртуального простору, яка створена власне для комунікативних та інформаційних обмінів поза фізичним контактом. Головною перевагою такого спілкування є його поліваріантність, можливість обирати джерела інформації та коло спілкування практично без очевидних обмежень.

Для того, щоб бути суб'єктом соціальної мережі – особистості потрібні

не лише мотивація до спілкування та «пошуковий запит» (кого власне вона хоче обрати у якості комунікативного партнера), їй потрібно також презентувати себе як активну одиницю такої мережі. Це її своєрідні «позивні», від того, якими вони будуть, відчутним чином залежить характер, ефективність, змістовність її комунікативних обмінів. Суттєвими для такої самопрезентації є ті дискурси, які особистість використовує, і саме у віртуальному просторі, зокрема у соціальних мережах, дискурсивна продукція має відчутно високу питому вагу.

Конструювання досвіду у соціальній мережі залежить й від мети, з якою вона приходить в дане середовище. Перша мета може розглядатися як інформаційна, у цьому випадку запит особистості визначений – у неї може не бути потреби у самопрезентації, і її досвід може залишитися за кадром. Якщо ж перебування у віртуальному просторі має за мету комунікацію або самопрезентацію, то особистість більшою мірою зацікавлена у тому, щоб дати іншим можливість скласти уявлення про її «профіль», особистих якостях, пріоритетах, меті спілкування, тощо.