

УДК 316.346.36

Социальные сети как пространство самоидентификации молодежи**Максимова О.А.**

Кандидат социологических наук,
доцент кафедры общей и этнической социологии
Казанского (Приволжского) федерального университета;
доцент кафедры социологии, политологии и менеджмента
Казанского национального исследовательского технического
университета им. А.Н. Туполева – КАИ

Шандрик Е.О.

Аспирант кафедры социологии, политологии и менеджмента
Казанского национального исследовательского технического
университета им. А.Н. Туполева – КАИ



Анализируются особенности идентификации посредством социальных сетей новых поколений, чья социализация проходит в условиях становления информационного общества. На основе работ западных и отечественных авторов, а также результатов собственного исследования авторы обосновывают тезис о том, что коммуникативные сети и цифровые технологии выступают в качестве важного фактора самоидентификации молодежи, нуждающегося в дальнейшем исследовании.

Ключевые слова: информационное общество, «цифровое» поколение, социальные сети, самоидентификация.

В конце XX – начале XXI в. сформировалась принципиально новая социокультурная среда идентификации личности, основанная на всеобщем распространении цифровых коммуникативных технологий. Современное информационное общество характеризуется исследователями как пространство, «социальная структура которого выстраивается в связи с информационными сетями и структурированными в Интернете микроэлектронными информационными технологиями» [1, с. 131-132]. С этой точки зрения Интернет рассматривается не просто как технология, а как абсолютно новое для человеческой истории коммуникативное средство, особым образом трансформирующее социальное пространство идентификации личности, в особенности – молодых поколений.

В российских условиях, кроме того, по оценкам исследователей, в постсоветский период наблюдалось переструктурирование идентификационного пространства, сопровождавшееся девальвацией

прежних жестких идентификационных рамок. В результате – индивиды оказались вынужденными заново самоопределяться в активно трансформирующемся социальном пространстве [2, с. 257]. Для молодых поколений таким полем самоидентификации зачастую становится виртуальная реальность [3, с. 210].

В условиях информационного общества виртуальная реальность стала привычной средой формирования идентичности детей с самого раннего возраста. Поколения, чья активная социализация проходит в условиях цифрового пространства как социальной среды, обусловленной повсеместным распространением цифровых технологий, характеризуются разными авторами как «цифровое поколение», «поколение сети», «цифровые аборигены» [4, с. 6-7]. Согласно характеристике, данной М. Пренски, цифровые аборигены (digital native) – «это люди, которые родились во время цифровой революции и тем самым уже с самого своего рожде-

ния находятся под воздействием цифровых технологий» [5]. А согласно точной характеристике, данной Дж. Тапскоттом и Э. Уильямсом, это поколение «с самого рождения купается в битах» и для него новые электронные медиа стали «естественным социальным ландшафтом» [6, с. 72].

Представители цифрового поколения как потребители виртуальной культуры обретают особые психологические характеристики так называемой виртуальной личности. Формирование виртуальной личности происходит через самоидентификацию внутри виртуальной реальности, которая, в силу ее анонимности, позволяет в процессе общения трансформировать свои характеристики (пол, возраст, внешность, национальность и т.д.).

Цифровая среда сформировала принципиально новые условия социальной идентификации, самовыражения и стиля жизни молодежи, имеющие двойственный характер. С одной стороны, она принципиально изменила соотношение приватной и публичной сфер жизни человека, что, в свою очередь, привело к формированию новых путей идентификации личности: наблюдается возрастающая степень индивидуализации, концентрации молодого человека на собственном стиле жизни. С другой стороны, общаясь в виртуальной реальности, молодежь получила возможность формировать в частной сфере свой индивидуальный стиль, который во многом предопределен вкусами и стилями извне. Как отмечает О. Порошенко, что, осознав и приняв самые очевидные формы виртуальной реальности – «уединение и изолированность, согласившись в одиночку сидеть у монитора компьютера, наш современник выбирает виртуальное пространство как возможность в широком социальном поле найти своего "близкого". Отказ от реальных коммуникаций в пользу виртуального общения дает возможность индивиду стать субъектом конструирования своего "проекта", создать клон своей индивидуальности и быть полноценным автором любых действий, желаний и переживаний этого клона (новой идентичности)» [7, с. 100]. С одной стороны, особенности виртуальной реальности многократно увеличивают свободу личности, свободу творчества, самовыражения. Но, с другой стороны, подобные игры с идентичностью, особенно в подростковом возрасте, могут нанести вред формирующейся личности.

В подобных условиях актуальным становится определение широты возможностей и последствий самовыражения и самопрезентации, предоставляемых социальными сетями. В этом случае основной вопрос состоит не столько в определении значимости каналов самопрезентации, сколько в оценке социальных сетей как медийной среды, дающей возможность, с одной стороны, для личностного роста и самораскрытия, а с другой – ведущих к идентификационным проблемам.

На наш взгляд, по своей природе возможности самоопределения в социальных сетях очень широки, но следует учитывать, что при таком многообразии каналов они относительно ограничены и стандартизованы. Механизмы самопрезентации личности максимально доступны и зависят от воображения пользователя. Но технические средства социальных сетей задают своеобразное клише в виде готового набора функций и вариантов заполнения тех или иных полей личной страницы пользователя, с помощью которого и осуществляется самопрезентация.

С целью определения влияния социальных сетей на самоидентификацию личности представителями молодого поколения авторами проведено пилотажное исследование в форме анкетирования студентов Казанского национального исследовательского технического университета им. А.Н. Туполева (КНИТУ-КАИ) (выборка 500 чел., возраст респондентов 17-25 лет).

Согласно результатам исследования, 92 % опрошенных зарегистрированы в одной или нескольких социальных сетях. Большинство опрошенных (75 %) проводят ежедневно более четырех часов в Интернете. Основная часть из них (83 %) предпочитает общение в социальных сетях.

Целью посещения социальных сетей для 81 % пользователей является возможность общения с друзьями и знакомыми; около половины респондентов (45 %)¹ ответили, что также используют социальные сети для поиска нужной информации. Для 23 % социальные сети – исключительно средство развлечения. Тот факт, что социальные сети используются как средство самовыражения отметила четверть респондентов. При этом среди наиболее востребованных дополнительных функций социальных сетей респонденты выделили возможности размещения своих и просмотра чужих фотографий (73 %) и аудиозаписей (74 %).

Таким образом, пользователи социальных сетей много времени уделяют виртуальному общению, что зачастую приводит к абстрагированию от реального мира.

Более половины респондентов (56 %), характеризуя специфику своего профиля в социальных сетях, отметили, что заполняют поля «Информация о пользователе», но делают это по минимуму, 30 % не оставляют информацию или размещают данные, не соответствующие действительности. Лишь десятая часть (12 %) респондентов отметила, что заполняет свой профиль в социальной сети максимально подробной и достоверной информацией.

Большая часть (67 %) опрошенных считает, что в Интернете можно получить хороший совет в зависимости от проблемы. К мнению своих собесед-

¹ Вопрос носил неальтернативный характер, респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов, поэтому сумма ответов превышает 100 %.

ников в социальных сетях периодически прислушиваются 53 % пользователей.

Оценивая роль социальных сетей в формировании своей идентичности и психологического состояния, более половины опрошенных (63 %) отметили положительное или скорее положительное влияние. Крайне негативное влияние отметили 21 %. Около 15 % опрошенных считают, что социальные сети не оказывают на них никакого влияния.

Таким образом, можно констатировать, что, по самооценкам молодежи, социальные сети действительно являются важной составляющей их жизни. С помощью социальных сетей молодежь участвует в информационной межкультурной коммуникации, протекающей в виртуальной реальности. Активность молодежи в социальных сетях реализуется в общении, поиске друзей и новых знакомств, поиске информации, организации досуга (просмотр видеофильмов, фотогалерей и обмен мнениями).

В основном процессы социализации и идентификации молодежи в Интернет-пространстве носят стихийный характер. Здесь выбор варианта существования, собеседников, объема существования ложится на саму личность. Интернет и социальные сети оказывают как положительное, так и негативное воздействие на развитие подрастающего поколения. В социальной сети проходят процессы усвоения молодежью социальных ролей, образцов поведения, культурных норм и ценностей.

Молодые люди в большинстве своем довольно много времени проводят в социальных сетях, являются их активными пользователями, при этом оценивают явление социальных сетей по отношению к себе скорее позитивно. Социальные сети выступают в качестве средства общения и самовыражения, но зачастую они подменяют собой общение в реальности. Старшим поколениям и органам государственной власти следует уделять большее внимание развитию информационных технологий в молодежной среде. Необходимо защитить молодежь от негатив-

ной информации и создавать позитивное Интернет-пространство для молодежи. Поэтому данная проблема нуждается в дальнейшем анализе, в том числе и с применением качественных методов исследования – глубинных интервью, анализа содержания страниц пользователей, находящихся в открытом доступе и др.

Литература:

1. Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний / Пер. с нем. А.Ю. Антоновского и др. – М.: Логос, 2012. – 248 с.
2. Ларионова И.В. Этническая и гражданская самоидентификация поколений в Республике Татарстан // Вестник Казанского государственного технического университета им. А.Н. Туполева. – 2013. – № 2-2. – С. 257-260.
3. Максимова О.А. Преемственность и конфликт поколений в информационном обществе: социологический анализ // Вестник Казанского государственного технического университета им. А.Н. Туполева. – 2010. – № 3. – С. 210-213.
4. Максимова О.А. «Цифровое» поколение: стиль жизни и конструирование идентичности в виртуальном пространстве // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 22 (313). – С. 6-10.
5. Prensky M. Digital Natives, Digital Immigrants // On the Horizon. NCB University Press. – Vol. 9. – No. 5. – October 2001. – URL: <http://www.nnstoy.org/download/technology/Digital+Natives+-+Digital+Immigrants.pdf>
6. Тапскотт Дж., Уильямс Э. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все. – М.: Best Business Books, 2009. – 392 с.
7. Порошенко О.Ю. Оптимистическая трагедия одиночества. – СПб.: Алетейя, 2015. – 216 с.

Social Networks as a Self-identification Space for Youth

O.A. Maksimova

Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev

Kazan (Volga Region) Federal University

E.O. Schandrik

Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev

The paper dwells upon the particularities of identification through social networks of new generation, whose socialization takes place in the context of the information society. Based on the works of Western and Russian authors, as well as the results of own study, the authors justify the notion that communication networks and digital technologies are an important factor in the self-identification of youth and they need further study.

Key words: information society, "digital" generation, social networks, self-identification.