

Секция «Молодежь в трансформирующемся российском обществе»

## Риски культурно сконструированной виртуальной идентичности: кейс-стади

Научный руководитель – Кравченко Сергей Александрович

*Мороз Александра Сергеевна*

*Аспирант*

Московский государственный институт международных отношений, Факультет международной журналистики, Москва, Россия

*E-mail: alex.mzh.smk@gmail.com*

Реальность Интернета аналогична повседневной жизни пользователя [3]. Однако, понимание морали, которая традиционно определяется как представления о добре и зле, а также совокупность норм поведения, вытекающих из этих представлений, изменяется в обществе постмодерна. З. Бауман в «Эссе о постмодернистской морали» уточняет, что ни религия, ни государство, ни инстинкты не дают этических установок, и ответственность за формирование морали становится личной [4]. При этом Бауман отмечает, что наличие социального аспекта — необходимое условие возникновения современной формы морали, «морали без этики» [4]. Личное формирование основ морали становится источником рисков — непреднамеренных последствий выбора индивида [2].

Средствами Интернета возможно сконструировать новую идентичность, в том числе отличную от реальности. Конструирование основано на чувствительности индивида к маркерам идентичностей в Интернете и способности их воспроизвести. Взаимодействие с другими пользователями в Интернете через виртуальную идентичность способно изменить идентичность пользователя вне Интернета.

В декабре 2016 года начался эксперимент по внедрению маркера идентичности «отличник» путём создания Интернет-сообщества ВКонтакте. Маркер включает в себя следующие характеристики: восприятие учёбы как приятного процесса, стремление вовлекать других в процесс обучения, формировать новые связи на почве маркера. Характеристики были закреплены до создания сообщества, а не сформированы в ходе его жизнедеятельности.

Поток входящих подписчиков не модерировался. Со временем состав сообщества стабилизировался: большую часть участников составляют пользователи, указавшие свой пол как женский (91%) до 24 лет (81,9% от всех пользователей-женщин). Соотношение по используемым устройствам установилось в пропорции 84% просмотров с мобильного телефона и 16% просмотров с компьютеров. Это свидетельствует о том, что большинство пользователей взаимодействует с маркером практически постоянно, так как просмотр новостной ленты социальной сети — один из способов занять себя или отвлечься [1].

Жизненно-важным элементом для конструирования Интернет-идентичности является рефлексия — внесение изменений в реальную идентичность, сформировавшуюся в ходе социализации, на основе опыта виртуальных взаимодействий. Так как созданное сообщество существует с декабря 2016 года, пользователь может идентифицировать изменения, произошедшие в нём за время нахождения в сообществе. Полным принятием маркера Интернет-идентичности считается нейтральное или положительное восприятие совместных занятий, высокая степень взаимодействия с контентом учебных сообществ, а также положительное отношение к визуальному компоненту. Пользователь, имеющий подобные характеристики, обозначает себя как обладающего компонентами Интернет-идентичности «отличника».

В проведённом первичном анкетировании приняло участие 1125 человек, состоящих в сообществе A-STUDENT | Study Hard. Структура выборки отражает структуру сообщества: 50,5% респондентов — школьники, 46,2% — студенты, на остальные категории

(самообразование, другое) приходится 3,3% респондентов. Кластерный анализ позволил выделить два стабильных кластера, где наиболее дифференцирующей переменной стала страна: в кластере 1 только 5 респондентов из Казахстана, 0 респондентов из иных стран; в кластере 2 только 1 респондент с Украины и 0 респондентов из России. Наполненность кластеров: 988 (87,7% выборки) в кластере 1, 105 (9,3% выборки) в кластере 2. Типичный представитель обоих кластеров — девушка до 21 года. В кластере 1 больше школьников, в кластере 2 больше студентов. Большая часть пользователей сообщества принадлежит к кластеру 1, активно взаимодействует с контентом, равнодушна к учебной эстетике. Это подтверждает, что Интернет-аспект принятия маркера проявляется достаточно заметно.

Для выделения условий переноса маркера в повседневность необходимо оценить косвенные признаки: восприятие учебного процесса, отношение к домашнему заданию, степень организации самостоятельных занятий; восприятие совместных занятий. В обоих кластерах респонденты отметили, что стараются сознательно поддерживать интерес к информации на занятиях. Кластер 1 больше склонен заниматься заданиями систематически, прибегая к планированию. Респонденты кластера 2 чаще опираются на стандартное расписание вместо индивидуального плана, а задания выполняют выборочно.

Факторный анализ показал, что формируются трёх категорий пользователей. «Вовлечённые в тренды» активно формируют образ личной страницы и считают свою страницу отражением себя. «Утилитаристы», как и «вовлечённые в тренды», формируют свой Интернет-образ в соответствии с реальным. Интернет влияет на их отношение к учёбе, он используется для дальнейшего повышения успеваемости и удовольствия от занятий. «Строители Интернет-имиджа»: эти пользователи сильнее других склонны скрывать страницу от знакомых вне Интернета. Можно предположить, что эта группа респондентов пользуется Интернетом для экспериментов по формированию идентичности.

Индивид вступает в сообщество со своей Интернет-идентичностью, сконструированной на базе жизненного опыта и предыдущих взаимодействий. Чем моложе пользователь и чем ближе он к русскоязычному ядру, тем выше интенсивность взаимодействия с контентом и другими пользователями. Анкетирование показало, что школьники ответственнее подходят к планированию и выполнению заданий, а студенты чаще общаются и не тратят время на внешние проявления признаков «отличника». Внешние проявления маркера ближе школьникам, а сущностные — студентам.

Маркер имеет больше демонстративного содержания, чем сущностного. Следовательно, изменение неvirtуальных этических установок может опираться на маркер Интернет-идентичности только частично. В последующем исследовании следует разработать более детальные критерии оценки изменений в неvirtуальной идентичности как следствия Интернет-взаимодействий. Также следует оценить зоны порождения непредвиденных последствий.

### Источники и литература

- 1) Бубнов А. Ю., Дмитриева О. В., Шаповалов В. Л. Интенсивность вовлеченности россиян в интернет-коммуникацию // Мониторинг. 2013. №3 (115). С. 19-27.
- 2) Кравченко С. А. Сосуществование рискофобии и рискофилии — проявление «нормальной аномии» // Социологические исследования. 2017. № 2. С. 3-13.
- 3) Мороз, А.С. Зарождение "не-тела" в онлайн-коммуникациях: риски для российской молодёжи // Коммуникология. 2016. Том 4, № 3. С. 171.
- 4) Оберемко О. А. Bauman Z. Life in Fragments: Essays on Postmodern Morality. London: Blackwell, 1995. // Социологический журнал. 1997. № 4. С. 228-234.