

О.Ю. Голуб,
заведующая кафедрой социальных коммуникаций Саратовского
государственного университета имени Н.Г.Чернышевского

ИНТЕРНЕТ И НОВЫЕ ФОРМЫ ИДЕНТИЧНОСТИ МОЛОДЕЖИ: ПРОТИВОРЕЧИЯ, РИСКИ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Активизация процессов в сфере информации является важнейшей особенностью современного мира. Это обусловлено введением в сферу социальных взаимодействий огромного количества информационно-коммуникационных средств, а также разработкой принципиально новых коммуникационных технологий, прежде всего Интернета. Сегодня Интернет имеет множество сфер и направлений практического использования, что делает его важным агентом изменения социальных практик. Целые сферы человеческой деятельности: бизнес, торговля, образование, досуг, развлечения и пр. переносятся в коммуникативное пространство Интернета, где многие виды социальных практик получают новое пространство и новый импульс для развития. Это, как пишет Д. Вольтон, продиктовано «очарованием Интернета», которое может быть выражено в трех понятиях: скорость, свобода, интерактивность [1, с. 24]. Именно эти качества делают интернет-коммуникации зачастую более привлекательными для людей, чем реальные взаимодействия.

Возникшие как виртуальные аналоги традиционных социальных практик новые интернет-практики существенно расширяют границы социального мира. Интернет в его нынешнем виде – один из мощных и влиятельных агентов вторичной социализации человека. Паттерны поведения, социальные нормы и ценности современного общества индивид все чаще усваивает в виртуальном пространстве. Пользование Интернетом становится необходимым условием и фактором успешной социальной адаптации. Акторы новых социальных практик – интернет-пользователи – более адаптированы к высокотехнологичной и динамичной среде

информационного общества, ведут более активный и динамичный образ жизни, демонстрируют инновационное поведение, что позволяет им легче ориентироваться в социальной среде, находить нужную информацию и принимать решения. Подобный стиль поведения воспринимается пользователями как естественный и неотъемлемый атрибут повседневной жизни.

Сущностные характеристики Интернета: гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность – позволяют расширять объемы и разнообразие информации посредством нелинейного ее потребления; выражать смысл послания с помощью разных знаковых систем; использовать различные способы коммуникации с аудиторией; предоставлять пользователям более широкие возможности для активного участия в производстве и обмене информации. Таким образом, в частности, происходит формирование так называемых новых медиа, когда все больше коммуникаций создается пользователями, больше становится получателей, в большей степени происходит фрагментация медиа. Новые медиа сегодня – это не только инструмент общения и развлечений, не просто способ информирования, это мощный канал воздействия, влиятельный механизм социального управления, формирования общественного мнения и новых идентичностей.

Несмотря на то, что интернет-коммуникация опосредована техническими средствами, она, тем не менее, осуществляется между человеческими индивидами, каждому из которых необходимо определить свою принадлежность сообществу, принять его ценности, найти свои роли в этом сообществе, определить свои сходства и отличия от других его членов и т.п. В противном случае участие в виртуальной коммуникации становится проблематичным, сообщество будет отвергать индивида, не сумевшего сформировать адекватную этому сообществу идентичность. Идентичность в информировании формируется через интериоризацию пользователями Сети получаемых из нее установок, представлений, стереотипов мышления,

суждений, мнений, оценок, приоритетов, вкусов, образов жизни, особенностей деятельности и т.п.

Сама информационная интернет-среда в этом смысле формирует определенные качества идентичности каждого ее пользователя через процедуры отбора информации, участия в формировании новостей и информировании других, в комментировании, в ведении блогов, дневников и т.п. Подавляющее большинство пользователей подчиняются информационным воздействиям на них, их интересы и даже деятельность во многом направляется теми сведениями, которые они получают из Интернета. Но одновременно с этим и каждый пользователь своими предпочтениями также влияет на контент и информацию, распространяемые в интернет-пространстве. Еще одно важное обстоятельство: Интернет является интегрированной средой, в которой текстовые описания комбинируются с визуальными образами и звуками, т.е. с помощью креолизированных текстов, что означает воздействие и на эмоции, и на сознание пользователей и, следовательно, на конструирование идентичностей.

Большую роль в формировании идентичности в сети Интернет играют дискурсивные конструкции. Как правило, текстовая коммуникация является во многом анонимной, поскольку пользователи зачастую сообщают о себе только отрывочные сведения или не сообщать ничего, кроме имен, так называемых «никнов», используемых для идентификации сообщений.

По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), в социальных сетях и блогах пользователи готовы сообщать о себе, в первую очередь, возраст (87%) и пол (84%). Достаточно легко публикуются сведения об образовании, семейном положении, хобби, любимой музыке/кинофильмах, не вызывает трудности и предоставление своего фото (65%).

Менее охотно пользователи сообщают место учебы, работы и проживания, любимые места, а также сведения о родных и друзьях, профессии и занимаемой должности, месте рождения, национальности,

путешествиях, вероисповедании. И лишь немногие указывают информацию о своих политических взглядах и уровне дохода[5].

Жизнеподобие виртуального пространства по сути означает симуляцию реального социального пространства [2, с.59]. Имитирование реальности настолько гармонично, естественно, богато, что виртуальная реальность часто заменяет пользователям настоящую жизнь. Сообщать о себе в социальных сетях и блогах неправду хотя бы однажды приходилось половине пользователей этих ресурсов (51%), чаще это молодые люди до 24 лет, которые склонны исказить имя, возраст, пол, внешность, семейное положение, уровень образования, место жительства, профессию, национальность. Причем мужчины чаще регистрируются в социальных сетях под вымышленными именами (33%), говорят неправду о возрасте (33%) и семейном положении (29%) [5].

Для виртуального пространства наиболее адекватным становится виртуальный тип коммуникации, который создает для пользователей более широкие возможности для самоопределения и самоконструирования. Большое число современных ученых, исследующих влияние виртуальных взаимодействий на индивида, отмечают, что в условиях глобального внедрения информационно-коммуникационных технологий происходит формирование нового типа личности - личности виртуальной.

Наличие виртуальной личности оказывает влияние на реальную психическую и социальную деятельность человека, а в условиях тотального включения в информационные технологии приводит к значительным внутренним изменениям. Эти изменения затрагивают познавательную, коммуникативную и личностную сферы, трансформируют операциональное звено деятельности, пространственно-временные характеристики взаимодействия субъект-субъектной и субъект-информационной систем, процессы целеполагания, мотивационной регуляции деятельности.

Мотивация процесса формирования виртуальной личности может быть различной. Но так или иначе, это обусловлено либо компенсацией проблем,

которые испытывает пользователь в реальном взаимодействии, либо стремлением приобретения нового опыта. Именно такой вид интернет-поведения часто называют «игры с идентичностью».

Подобная коммуникация без невербальной составляющей может иметь весьма неоднозначные последствия. В частности, искажение смысла сообщений, расширение манипулирования сознанием тех, кто воспринимает информацию того или иного пользователя, появление возможности вести коммуникацию в новых ролях, которые невозможно исполнить в реальной жизни. Эти новые роли дают пользователям возможности присваивать, пробовать, примерять к себе такие идентичности, которые в реальной жизни было бы невозможно демонстрировать окружающим. На основе анонимности и ограниченного сенсорного опыта интернет-коммуникации способствуют возможности различного рода экспериментов с собственными идентичностями, создания идентичностей, отличающихся от реальных. Мотивы такой игры с идентичностями различны у разных индивидов, они могут быть связаны с адаптацией личностей к изменениям окружающего социума, который с одной стороны переносит коммуникацию в Интернет, а с другой – в реальном мире задает индивиду ограничения для самокатегоризации.

Формирование в интернет-среде виртуальных социальных групп, чаще всего, основано на том, что их члены не встречаются в реальном мире, их объединяет только их активность в Сети. Виртуальный характер социальных групп пользователей сети Интернет не отменяет их социальные характеристики. И потому коммуникация в виртуальных сообществах, как и в реальных, является невозможной без формирования и развития идентичностей. Формирование сообществ в интернет-пространстве и их деятельность, способность пользователей планировать действия, общаться, распространять влияние и воздействовать друг на друга в конечном итоге трансформирует личность пользователя. Это проявляется в изменениях по отношению к контенту, самопрезентации, в процессах формирования типов

сознания пользователей, зависимости, потере ориентации в результате смещения границ виртуального и реального.

В отличие от реального, виртуальный мир представляется индивидам принципиально безграничным, позволяет включаться в такие социальные группы, в которые в реальном мире включиться затруднительно или просто невозможно, он позволяет формировать новые, виртуальные идентичности по совокупности очень условных признаков. Для работы в Интернете не требуется предъявления оригинала идентичности – сетевые сообщества сами устанавливают те наборы признаков, которые необходимы для членства в них и, как правило, не интересуются тем, какие еще идентичности имеют их члены. Такая ситуация создает существенно большую свободу создания и использования идентичностей, чем в реальном мире, что, тем не менее, не означает полного снятия социальных ограничений, потому что индивиды остаются членами социума, прошедшими тот или иной процесс социализации. Но в рамках того, что индивид может себе вообразить, Сеть позволяет сформировать идентичность без ограничений, а также использовать одновременно несколько сильно различающихся идентичностей. Более того, переход из одного виртуального сообщества в другое происходит очень легко и позволяет преодолевать ограничения идентификаций с теми или иными сообществами.

В силу высокого уровня информационного разнообразия в Интернет-среде индивиды реализуют возможности, отсутствующие в реальном мире, практически любые свои мечты и представления, ограниченные только тем, что их реализация возможна лишь на информационном уровне. У современных индивидов, постоянно работающих в Сети, сознание раздваивается: по идентичностям в реальном мире они, чаще всего, продолжают традиции реального социального мира, а в виртуальном – нередко полностью от них отказываются, используя очень нетрадиционные идентичности. Перенос таких виртуальных, сетевых идентичностей в

реальный мир затруднен в силу их фрагментарности, незавершенности, несоответствия реальным социальным ролям индивидов.

Склонность к конструированию новой идентичности – виртуальной личности - очень характерна для русскоязычного сетевого общения. Здесь по мере развития Интернета коммуникация в сети превращается из суррогата реального общения в его альтернативу, возможность сохранить социальные связи и упрочить социальное взаимодействие. Интернет-коммуникация не замещает и не вытесняет реальное общение, она дает еще один инструмент социального взаимодействия для решения проблем реальной жизни [4, с. 147].

Социальные последствия формирования и использования виртуальных идентичностей и попыток их переноса в реальный мир весьма противоречивы. Позитивным можно считать рост возможностей самореализации индивидов за счет освоения новых идентичностей и ролей в сети Интернет. К позитивным эффектам можно отнести также и расширение возможностей коммуникации индивидов с использованием сетевых технологий, в частности то, что территориальность перестает быть ограничением для такой коммуникации. Практика развития идентичностей показывает, что для многих современных индивидов принадлежность к сетевым группам является более реальной, чем принадлежность к тем группам в реальном мире, в которые их включают социологи. В социальных сетях сегодня зарегистрированы 82% пользователей интернета (в 2010 году этот показатель составлял 52%). Типичный пользователь социальных медиа – это человек в возрасте 18-24 лет (96%), обеспеченный (87%), проживающий в Москве и Санкт-Петербурге (94%) [6].

Не менее значимы и негативные эффекты от формирования и использования виртуальных идентичностей. В частности, в Интернете многие индивиды формируют у себя устойчивые идентичности игроков в сетевые или компьютерные игры. Для таких игроков характерно возникновение игровой зависимости, которая выражается в постоянном

желании играть в Сети, нередко в ущерб своей активности в реальном мире. В результате может формироваться интернет-зависимость, при которой коммуникации ради общения становятся сверхценными, индивиды испытывают беспокойство, если относительно долго не выходят в Сеть, не проверяют сообщения в блогах и электронной почте, не просматривают новости и т.п.

Размывание идентичности под влиянием Интернета – одна из целого множества социальных проблем, которая закладывается на личностном уровне и далее проявляется на групповом и на социетальном уровнях. Если реальное общество ограничивает возможности самореализации молодого человека, у него чаще возникает мотивация выхода в Сеть для конструирования виртуальных личностей. Игровая стихия Сети, культура карнавала, огромное множество возможностей для вступления в виртуальные связи в разных ролях и масках приводит к потере способности к самоопределению, к четкому соотнесению себя с теми социальными общностями, в которые реально включена личность. Если же молодой человек имеет реальную среду для реализации различных аспектов своего «Я», мотивация конструирования виртуальных личностей у него, скорее всего, отсутствует или минимизирована [3, с. 153].

Однако в западных странах уже наметилась тенденция к сокращению времени или полному отказу от пользования социальными сетями в пользу реальной жизни и живого общения. Хочется выразить надежду на то, что в ближайшее время и в России ситуация станет меняться.

Литература.

1. Вольтон Д. Информация не значит коммуникация. М.: ПОЛПРЕД Справочники. 2011.
2. Горина Е.В. Манипулятивный потенциал конституирующих признаков Интернета // Журналистика и массовые коммуникации. 2014. № 3.

3. Дягилева Н.С., Журавлева Л.А. Сущность социокультурной идентичности молодежи в среде интернет-коммуникации // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 42 (180) Философия. Социология. Культурология. Вып. 15.
4. Овчинникова И.Г. Коммуникация и идентификация в социальных сетях: факторы, типы, национально-культурная специфика (на материале социальной сети Твиттер) // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2013. № 2.
5. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=111364>
6. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112476>