

ИДЕНТИФИКАЦИЯ КАК ОСНОВНОЙ СПОСОБ РАЗВИТИЯ БЛОГОСФЕРЫ В ПРОСТРАНСТВАХ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖИ В РОССИИ

DOI: 10.26907/2079-5912.2023.1.4-9

Аннотация. В статье рассматривается идентификация как основной способ развития блогосферы в пространствах самопрезентации молодежи в России. Блогосфера определена как вид социального пространства, представляющий целостный механизм идентификации и самопрезентации личности в нём. В работе охарактеризовано взаимодействие между сформированным в реальном мире «Я» образом и виртуальным образом. На основе проведённых исследований авторы делают вывод, что развитие сети Интернет оказывает значительное влияние на трансформацию стиля и образа жизни членов современного общества, идентификацию молодежи, что ведет к необходимости принятия мер для трансформации пространств блогосферы в безопасную для молодого поколения платформу.

Ключевые слова: идентификация, блогосфера, пространство самопрезентации, глобальная сеть Интернет, цифровое общество.

Во времена активной киберсоциализации идентификация молодежи происходит в социальном пространстве, частью которого является блогосфера. Блогосфера в цифровом обществе выступает коммуникативной средой, в которой происходит социализация, самопрезентация и социальная идентификация личности. Социологическая концепция развития блогосферы в пространствах самопрезентации молодежи недостаточно освещена в научной литературе. Между тем, рассмотрением основных проблем самопрезентации занимались в своё время такие авторы как И. Гофман, И. С. Кон, Д. Майерс, М. Снайдер, И. Джонс и Т. Питтман. Специфика социализации и самоопределения современного российского молодого поколения – предмет исследований Е. А. Гришиной, Ю. А. Зубок, Н. А. Балич, О. Н. Козловой, В. Т. Лисовского, А. Е. Войскунский, Б. А. Ручкина и др. Другие исследователи настоящего времени, внесшие вклад в изучение темы – В. И. Чупров, И. П. Шкуратова, Е. М. Михайлова, О. Пикулева, Е. П. Белинская, О. А. Гримов, Е. Л. Доценко, Ю. М. Жуков, Н. А. Корягина и др. Вопросы самоидентификации и самопрезентации молодого поколения занимали важное место у отечественных и зарубежных исследователей.

Так, например, представители интеракционизма (У. Джемс, Г. Мид [1], Ч. Кули) рассматривали самопре-

зентацию через формирование образа «Я», который строится не только через восприятие самого себя посредством рефлексии, но и на основе восприятия реакций других людей. То есть социальные образы, которые демонстрируются в социальном пространстве, в том числе представление себя в более выгодном свете, зависят от взаимодействия с другими людьми и желания произвести на окружающих наилучшее впечатление.

Согласно когнитивной психологии у человека в процессе самопрезентации появляется рассогласование между собственными и чужими оценками себя. По мнению Ф. Хайдера [2] этот диссонанс будет устраняться за счет «стремления человека к упорядоченному и связанному пониманию его отношения к миру». Л. Фестингер таким приемом видит тщательный выбор партнеров по общению, отношения с которыми способствуют сохранению собственной самооценки [3].

В психологической науке существует ряд подходов, рассматривающих самопрезентацию как поведенческую реализацию мотивации. Так, Р. Аркин и А. Шутц [4] полагают, что с помощью самопрезентации человек стремится к достижению поставленных целей и избеганию неудач. М. Снайдер [5] рассматривал взаимосвязь имиджа человека и его истинного Я, говоря о том, что не каждый человек

может корректировать свой образ на людях для формирования положительного впечатления о себе. И. Гоффман [6] рассматривает самопрезентацию через призму ролевой теории, как процесс управления индивидом впечатлением о себе.

Особое место в современных исследованиях занимает изучение самопрезентации в виртуальном пространстве. Так, например, отечественными психологами А. Е. Жичкиной и Е. П. Белинской [7] было проведено исследование стратегии самопрезентации в Интернете и ее связь с реальной идентичностью. В результате данного исследования было выявлено, что между виртуальной самопрезентацией и реальной идентичностью существуют отношения взаимовлияния.

Учитывая высокую динамику трансформации социально-коммуникативных процессов, требуется более глубокое изучение современных пространств самопрезентации молодежи.

Понятие самопрезентации связано с процессом представления человеком собственного образа в социальном мире, направленного на создание у окружающих определенного впечатления о себе. В узком смысле самопрезентация может пониматься как управление впечатлением о себе. Пространства самопрезентации молодежи в данном аспекте могут трактоваться как вид социального пространства, где главное место отведено созданию определенного образа, впечатления о себе и способах управления данным образом непосредственно среди представителей молодого поколения.

В информационном обществе индивиду необходимо соответствовать вызовам постоянно трансформирующегося общества, а также приспосабливаться и самостоятельно предпринимать попытки к развитию. Виртуальные технологии изменяют образ жизни людей и оказывают влияние на процессы самопрезентации, идентичности и социализации личности. В этом смысле блогосфера представляется как вид социального пространства, определяющий механизм идентификации и самопрезентации личности в нём.

Процессы идентификации и самопрезентации личности в реальном и виртуальном пространстве отличаются. Кроме того, образ личности, созданный в реальном мире, может отличаться от того образа, который личность создает в пространстве виртуальном – альтернативные «Я-образы». Альтернативные идентичности в интернет пространстве формируются посредством самопрезентации личности, которая заключается в создании намеренного управляемого впечатления о себе. Фактически идентификация выступает одним из основных способов развития блогосферы в пространствах самопрезентации молодежи. Блогосфера дает возможности человеку сформировать аль-

тернативное улучшенное «Я» – изменить свою внешность, сферу интересов, предпочтения, хобби, социальный статус и проч. Потребность смены идентичности в блогосфере посредством самопрезентации может быть следствием как личностных, так и социальных причин.

При этом самопрезентация в блогосфере, как в пространстве, имеющим свои границы, правила и ограничения, происходит на основе анализа образа «идеального Я», создаваемого другими пользователями, и ответных реакций этих пользователей на формируемый образ. В процессе самопрезентации блогер, как правило, заинтересован в представлении себя с лучшей стороны и применяет на себя различные образы в зависимости от его оценки пользователями. Так, например, в качестве показателя оценки образа блогера может выступать количество и образ подписчиков, характер комментариев. То есть, между реальной идентичностью и процессом идентификации в блогосфере существует зависимость, при этом в виртуальной среде можно менять свою реальную идентичность посредством различных механизмов самопрезентации (аватарка, фото и видеоконтент, сторис, посты и проч.). Идентичность в блогосфере является достаточно динамичным явлением и может изменяться посредством выбора субъектом различных вариантов самопрезентации. Принимая во внимание, что блогосфера представляет собой сетевое информационное пространство, то ее развитие во многом определяется процессами идентификации, которую проходит каждый пользователь уже на этапе регистрации и авторизации в блоге.

О роли социальных сетей и блогосферы в современном информационном пространстве, в котором происходит самоидентификация молодежи, говорят результаты исследований, проведенные Всероссийским центром общественного мнения (ВЦИОМ). Данные опроса россиян, проведенного в 2021 году и посвященного популярности источников информации и использованию интернета показывают, что для 35-45 % молодежи главным источником новостей о событиях в России являются социальные сети и блоги в интернете. При этом наиболее популярными социальными сетями и мессенджерами являются соцсети и мессенджеры, имеющие наибольшую ежедневную аудиторию: WhatsApp (83%), YouTube (75%), «ВКонтакте» (61%), Instagram (53%) и Telegram (42%). Пользователи социальных сетей и мессенджеров используют их не только как средство коммуникации, в том числе формирования новых знакомств, но и как источник информации о политике, экономике, развлекательного и образовательного контента. Примечательно, что почти каждый третий россиянин (29 %) тратит на социальные сети и мессенджеры более трех часов в день. Среди молодежи от 18 до 24 лет этот показатель еще выше и составляет 72 %. Наибольшим инте-

ресом аудитории соцсетей и мессенджеров пользуется следующий контент: новости о событиях в стране и мире (49%), политика (42%), образование и саморазвитие (39%), юмор (37%), а также еда и рецепты (36%) [8].

Такое широкое распространение социальных сетей в повседневной жизни и реализация потребности через них в коммуникации, получении новостного, развлекательного и образовательного контента, говорит о том, что, с одной стороны, повседневная жизнь, в особенности молодежи, все больше смещается в виртуальное пространство, а с другой стороны – к активным блогерам предъявляются большие требования, как к условию привлечения аудитории. Процесс самопрезентации молодежи в социальных сетях становится двухсторонним: самопрезентация молодежи как блогера и потребителя контента.

В целях дополнительного анализа развития блогосферы и связанных с ней процессов идентификации на региональном уровне авторами в периоды с 14 октября по 15 ноября 2021 г. было проведено пилотажное онлайн исследование (анкетирование) на тему «Состояние и специфика развития блогосферы в пространствах самопрезентации молодежи в России (на примере Иркутской области)» методом стихийной выборки. В онлайн-опросе населения Иркутской области приняло участие 200 человек в возрасте от 18-ти лет и старше. Большую часть опрошенных составили молодые люди в возрасте от 18 лет до 25 лет (36,0 %). При описании результатов исследования представленные вопросы предполагали множественные ответы.

По результатам проведенного исследования, нами было выдвинуто предположение, что идентификация, учитывая её непосредственную связь с формируемым Я образом интернет-пользователя, оказывает заметное влияние на структуру блогосферы, которая включает в себя блоги, которые могут различаться по различным критериям. Данные проведенного онлайн-анкетирования населения показали, что наиболее яркими отличиями блогов друг от друга являются: статус блогеров – так считают 50 % респондентов, что составило 12,1 % от всех ответов; тематика блога – такого мнения придерживаются 47 % респондентов (доля ответов – 11,3 %) и масштаб аудитории – так считают 43 % респондентов (доля ответов – 10,4 %). Следует также отметить, что процентная разница между лидирующими вариантами ответов и такими, как: «в символах и событиях» (10,3 %), «в скорости реагирования на возникающие вызовы» (9,8 %), «в культуре блога» (9,8%), «в остроте обсуждаемых проблем» (9,7 %), «в языке блога» (9,5 %), «в идентификации участников» (9,2 %) – невелика. Самым непопулярным вариантом ответа оказался «в визуальном оформлении блога» – 5,8 %. Можно предположить, что статус блогера является важной категорией, по которой пользователи дифференцируют блоги. При этом, говоря о бло-

госфере, наиболее значимым является приобретенный (достижимый) статус, который формируется в процессе идентификации и самопрезентации блогера и является управляемой категорией.

Выбор тематики блога также является следствием идентификации, в процессе которого происходит определение принадлежности к тому или иному сообществу блогеров. Результаты проведенного онлайн-опроса населения дали возможность предположить, что наиболее популярными и интересными блогами сегодня, по мнению респондентов, являются личные блоги (11,9 % ответов, так считают 34,5 % респондентов), пранк-блоги (10,3 % ответов) и блоги о путешествиях (10,3 % ответов). Далее, исходя из ответов респондентов, следуют хэнд-мэйд блоги (10,2 %), челлендж блоги (10,5 %), игровые блоги (9,3 %), быти-блоги (9,1 %), скетч-блоги (8,1 %) и блоги о спорте (6,7 %). Вариант ответа «Всё вышеперечисленное» набрал 10,5 % и находится на втором месте – так считают 30,5 % респондентов.

Обнаружилось, что выбор тематики контента блога зависит от идентификации блогера и тех качеств, которые блогер воспроизводит в виртуальном пространстве, как пространстве самопрезентации. Популярность блога во многом зависит от Я личности блогера и того, как его медиаобраз воспринимается целевой аудиторией. По мнению респондентов, принимавших участие в опросе, блогер должен обладать следующими качествами: ораторские навыки и умение преподнести себя (7,9 % ответов), внимательность (в первую очередь к аудитории) (7,6 %), открытость (7,4 %), предприимчивость (7,1 %), наблюдательность (6,9 %), целеустремленность (6,8 %), самокритичность (6,4 %), желание развиваться внутренне, инициативность, способность творчески мыслить (6,3 %), экспрессивность (5,9 %), хорошая внешность (5,8 %). При этом, все вышеперечисленные качества важны для 44,5 % респондентов, этот вариант набрал 11,4 % в общей доле ответов. Каждый блогер, в зависимости от поставленных целей, сам выбирает актуальную для себя стратегию самопрезентации: кто-то привлекает аудиторию глубокими знаниями, кто-то привык эпатировать публику и хайповать.

Блогер, как часть реального и виртуального мира, может манипулировать своим Я и подстраивать его под интересы аудитории. По мнению большей части респондентов, блогер — это реальный человек и в то же время образ (47,5 %). Вторым по популярности ответом является «Блогер – это скорее образ, чем реальный человек» (33,0 %). То есть молодежь в большей степени подвержена влиянию блогосферы и склонна полагать, что созданный в виртуальном пространстве образ коррелируется с образом Я, сформированным в процессе социализации в реальном пространстве. Полученные результаты говорят о том, что идентификация блогера направлена на виртуальную

составляющую и его реальный Я образ зачастую отличается от его виртуальной Я личности. При этом, идентичность, сформированная в блогосфере, может быть перенесена в реальную социальную идентичность в случае её популярности у виртуальной аудитории.

Также исследования позволили предположить, что высокие требования предъявляются не только к качествам блогера, но и к наполнению самого блога. В эпоху цифровых технологий потребитель, имея доступ к неограниченному кругу информации, стал более избирателен. Проведенный онлайн-опрос населения подтвердил, что хороший блог, по мнению респондентов, должен быть понятным (13,8 %), в хорошем блоге должно быть показано много эмоций (11,4 %), хороший блог должен быть полезен каждому (10,5 %). Мнение о том, что в хорошем блоге должно быть много публикаций (10,2 %), хороший блог должен быть снят на хорошую технику (10,2 %), хороший блог должен быть ярким (9,7 %), хороший блог должен быть познавательным (8,7 %), исходя из ответов респондентов, является менее транслируемым. Однако самыми непопулярными вариантами ответа являются: «хороший блог всегда активно рекламируется (торпедированная реклама, реклама у известных людей и т.д.)» (5,9 %), «в хорошем блоге всегда большая активность (много лайков, репостов и комментариев)» (5,5 %), «хороший блог всегда популярен (большое количество подписчиков)» (2,6 %).

Проявилось, что в обобщенном виде блоги могут иметь образовательную, развлекательную, информационную направленность и именно от выбранной тематики блога во многом и зависят требования аудитории к наполнению блога. В образовательных и информационных блогах в основе лежат принципы понятности, полезности и высокого качества представления материала. В развлекательных блогах важна эмоциональная связь блогера с аудиторией, при этом основными потребителями данного вида медиаконтента являются представители молодежи.

Современные исследования свидетельствуют, что блогосфера оказывает сильное влияние на формирование личности, особенно на современную молодежь, принимая во внимание несформированность ее духовных, ценностных и нравственных ориентиров. Проведенное нами онлайн анкетирование также подтверждает, что блогосфера оказывает и позитивное, и негативное влияние на формирование личности молодежи (69,0 %). Вторым по популярности ответом является «Скорее негативное, чем позитивное» (23,5 %).

Блогеры, активно используя различные стратегии самопрезентации и воздействия на аудиторию, сегодня являются новыми лидерами мнений для молодежи, манипулируя сознанием этой социально-демографической группы. Тот информационный контент, который предоставляют бло-

геры, не является экспертным и не подвергается никакой цензуре. Блогеры выражают субъективное мнение на различные темы, а их популярность и высокая степень доверия среди молодежи основана на умении держать постоянную обратную связь с аудиторией, что дает возможность формировать чувство сопричастности. Влияние на молодежь может быть как положительным, так и отрицательным. Блогеры, при отсутствии ответственности за транслируемую информацию, могут распространять образцы девиантного поведения, побуждая молодежь к аморальным поступкам. В то же время блогер может транслировать качественную информацию, нести образовательно-просветительскую и духовно-патриотическую функцию. То, какое влияние блог оказывает на молодежь, также зависит от идентификации блогера в пространстве самопрезентации.

Технология идентификации призвана выступить одним из внутренних факторов развития блогосферы в пространствах самопрезентации молодежи в России. Такую гипотезу дает возможность выдвинуть проведенное нами исследование. При этом перспективы идентификации молодежи в пространствах блогосферы в настоящее время респонденты связывают со следующими явлениями: «усиление формирования идентификации молодежи по неформальному признаку» (13,4 %); «усиление формирования идентификации молодежи по образовательному признаку» (11,4 %), «усиление формирования идентификации молодежи по признаку общественного участия» (11,0 %), «всё вышеперечисленное» (10,2 %) и др.

Учитывая, что блогосфера усиливает свою роль в процессах идентификации и самопрезентации молодежи, эта сфера нуждается в совершенствовании и контроле со стороны органов власти. Нельзя не согласиться, что сегодня активно идут процессы профессионализации этого нового вида медиа, в котором идентификация и самопрезентация профессиональных блогеров носит целенаправленный характер. Однако эти же процессы для обычного пользователя не носят такого структурированного характера и формируются под влиянием профессиональных блогеров как новых лидеров мнений. Именно в целях избегания деструктивного влияния на процессы идентификации молодежи необходимо разработать прозрачную систему государственного контроля и регулирования деятельности в пространствах глобальной сети «Интернет» и непосредственно регулировать деятельность блогеров на законодательном уровне.

Принимая во внимание, что сформированный в реальном мире Я образ тесно связан, но не всегда соответствует сформированному в блогосфере виртуальному образу, а виртуальный Я образ, в случае его признания, может быть перенесен в реальную действительность, важным пред-

ставляется необходимость разработки модели цифрового поведения молодежи, которая позволит выявить потребности и возможности развития в пространствах блогосферы, и которая позволит прогнозировать возможные варианты развития общества в виртуальном пространстве в рамках современных социальных вызовов и угроз.

В заключение отметим, что развитие сети Интернет оказывает значительное влияние на трансформацию стиля и образа жизни членов современного общества. Гло-

бальное распространение и популяризация блогосферы требует принятия мер для трансформации пространств блогосферы в безопасную для молодого поколения платформу, уменьшения количества потенциально опасной для детского возраста информации. Данные меры позволят вводить различного рода практики по развитию навыка самопрезентации с более раннего возраста, что положительно отразится на процессе социализации молодежи.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Мид Дж. Избр. соч. М.: ИНИОН РАН, 2009.
2. Heider F. The Psychology of Interpersonal Relations. N. Y., 1958.
3. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса / пер с англ. СПб.: Речь, 2000.
4. Arkin R. M. Self-Presentation styles // Impression Management theory and socialpsychological research. N. Y.: Academic Press, 1981. P. 311—333.
5. Snyder M. Self-monitoring of expressive behavior // J. of personality and social psychology. 1974. №. 30. P. 526–537.
6. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Ирвинг Гофман: пер с англ. А.Д. Ковалёва: Ин-т социологии РАН. М.: Канон-пресс-Ц; Кучково-поле, 2000. 302 с.
7. Белинская Е. П., Жичкина А. Е. Самопрезентация в виртуальной коммуникации и особенности идентичности подростков-пользователей Интернета/ Образование и информационная культура: Социологические аспекты. Труды по социологии образования. Том V. Выпуск VII / Под редакцией Собкина В.С. М.: Центр социологии образования РАО, 2000. С. 431-460.
8. Всероссийский центр изучения общественного мнения «ВЦИОМ» [Электронный ресурс]. – URL: <http://wciom.ru/> [дата обращения: 15.02.2023].

Информация об авторах

Багрий Екатерина Ивановна, старший преподаватель, Иркутский государственный университет, Институт социальных наук, кафедра социальной философии и социологии, кандидат социологических наук.

E-mail: ekaterina.bagriy@yandex.ru

Грабельных Татьяна Ивановна, заведующая кафедрой, Иркутский государственный университет, Институт социальных наук, кафедра социальной философии и социологии, доктор социологических наук, профессор.

E-mail: tagr@bk.ru

Мохрякова Евгения Александровна, выпускница Института социальных наук Иркутского государственного университета по направлению «Социология».

E-mail: mohryakova99@mail.ru

Bagriy E.I., Grabelnykh T.I., Mohriakova E.A.

IDENTIFICATION AS THE MAIN WAY OF DEVELOPING THE BLOGOSPHERE IN SELF-PRESENTATION SPACES OF YOUTH IN RUSSIA

Abstract. The article considers identification as the main way to develop the blogosphere in self-presentation spaces of young people in Russia. The blogosphere is presented as a type of social space that determines the mechanism of identification and self-presentation of a person in it. The work characterizes the interaction between the image formed in the real world "I" and the virtual image. Based on the research, the authors conclude that the development of the Internet has a significant impact on the transformation of the style and lifestyle of members of modern society, has an increasing impact on the identification of young people, which leads to the need to take measures to transform the spaces of the blogosphere into a safe platform for the younger generation.

Keywords: identification, blogosphere, space of self-presentation, global network Internet, digital society.

Literature

1. Mead J. Select. op. Moscow: INION RAS, 2009.
2. Heider F. The Psychology of Interpersonal Relations. N.Y., 1958.
3. Festinger L. Theory of cognitive dissonance / translated from English. St. Petersburg: Rech, 2000.
4. Arkin R. M. Self-Presentation styles // Impression Mangement theory and socialpsychological research. N. Y.: Academic Press, 1981. P. 311–333.
5. Snyder M. Self-monitoring of expressive behavior // J. of personality and social psychology. 1974. №. 30. P. 526–537.
6. Hoffman I. Presenting oneself to others in everyday life / Irving Hoffman: Translated from English. A.D. Kovaleva: Institute of Sociology RAS. M.: Kanon-press-Ts: Kuchkovo-pole, 2000. – 302 p.
7. Belinskaya E. P., Zhichkina A. E. Self-presentation in virtual communication and identity features of adolescent Internet users / Education and information culture: Sociological aspects. Proceedings on the sociology of education. Volume V. Issue VII / Edited by V.S. Sobkin. M.: Center for the Sociology of Education of the Russian Academy of Education, 2000. P. 431-460.
8. All-Russian Center for the Study of Public Opinion "VCIOM" [Electronic resource]. – URL: <http://wciom.ru/> (date of access: 31.01.2023).

Authors

Bagriy Ekaterina Ivanovna, Senior Lecturer, Irkutsk State University, Institute of Social Sciences, Department of Social Philosophy and Sociology, Candidate of Sociology.

E-mail: ekaterina.bagriy@yandex.ru

Grabelnykh Tatiana Ivanovna, Head of the Department, Irkutsk State University, Institute of Social Sciences, Department of Social Philosophy and Sociology, Doctor of Sociology, Professor.

E-mail: tagr@bk.ru

Mokhryakova Evgenia Aleksandrovna, Graduate of the Institute of Social Sciences of the Irkutsk State University with a degree in Sociology.

E-mail: mokhryakova99@mail.ru