



А. А. Лисенкова

Кандидат
культурологии,
доцент кафедры
социально-культурных
технологий и туризма
Пермского государственного
института культуры

Anastasya A. Lisenkova
PhD (Cultural Studies),
Associate Professor
of Socio-Cultural
Technologies and Tourism,
Perm State Institute of
Culture
e-mail: Oskar46@mail.ru

Самокатегоризация как форма идентичности в социальных медиа

В современных условиях роста коммуникативных практик, расширения границ информационного пространства, скорости и плотности информационного потока люди все в большей степени склонны к поискам новых форм самокатегоризации в различных плоскостях и сферах повседневности. Особую роль в этом процессе сегодня занимают виртуальные сообщества в социальных сетях. В попытках самокатегоризации и самоопределения пользователи пытаются не только соотнести себя с классами аналогичных событий, объектов, действий, но и противопоставить собственные ценности, оценки, интересы, взгляды по отношению к «другим», параллельно включая себя в социум и выделяясь из него в качестве индивидуальности.

Ключевые слова: множественная идентичность, молодежь, социальные медиа, самокатегоризация, Интернет.

В условиях быстрого роста информационного потока, плотности и неоднородности информации трансформируются и видоизменяются коммуникационные технологии, изменяя формы и способы коммуникации и идентификации. Изменяется не только коммуникационно-информационное пространство, но и культура в целом.

Расцвет эпохи digital привел к совершенно новому контексту для формирования собственного «Я» и экспериментов с собственной идентичностью. Это повлекло за собой изменение баланса между

Как цитировать статью. Лисенкова А. А. Самокатегоризация как форма идентичности в социальных медиа // Ценности и смыслы. 2017. № 3 (49). Стр. 28–34.

публичной и приватной сферами и сформировало принципиально новый процесс идентификации личности. Возросла концентрация внимания молодых людей на стиле жизни, увеличилась степень индивидуализации, стала более размытой грань между публичной и приватной сферами. У цифрового поколения виртуальная реальность стала частью жизни. Сегодня использование Интернета говорит о мобильности и успешности современного человека. Если человека нет в сети — его просто нет.

Виртуальный мир видится безграничным, свободным от запретов и границ, формируя запрос на новые идентичности с условными признаками, позволяя создавать множественные образы и играть с собственными идентичностями. Пользователь имеет возможность примерить различные идентичности, вступая в разные сообщества и группы, создавая различные аккаунты, играя с персональной идентичностью, моделируя и проектируя собственное «Я» в карнавальной смене масок, одновременно выступая производителем (творцом) и потребителем. Тем не менее, несмотря на стремление интернет-коммуникаций к карнавализации, сетевому притворству, пользователи склонны отражать значимые для них социальные роли, приобретать и упрочивать социальные связи в своих аккаунтах, демонстрировать свой стиль жизни, структурируя объекты, явления, действия, события благодаря условной самокатегоризации.

Анонимность, легкость конструирования и презентации становятся дополнительным преимуществом и стимулом игры с идентичностью. При этом существуют «официальные» аккаунты в социальных сетях, которые достаточно точно отражают офлайн-идентичность и личность пользователя, а также создаются дополнительные альтернативные страницы для вариативности конструирования пользовательской идентичности. Со временем сетевая и реальная идентичности начинают взаимопроникать друг в друга, стимулируя рост коммуникационных возможностей благодаря освоению новых ролей. Эти роли органично приживаются не только в виртуальном пространстве, но и в реальных повседневных практиках.

Постоянный рост пользователей сетевых сообществ происходит за счет привлекательности быстрых коммуникаций. Социальные сети позволили резко расширить круг общения и повысить его плотность и интенсивность. Коммуникации в виртуальном пространстве по количеству контактов и связей превосходят любой круг общения в рамках

любой группы офлайн. Изменился характер социального взаимодействия, характер отношений человека с миром. Коммуникация в сети, в отличие от привычных офлайн-практик, децентрализована и полицентрична, инкультурация происходит в соответствии с заданными в сообществах правилами и нормами, проявляясь в усвоении традиций, норм, паттернов поведения данного онлайн-сообщества.

В последние десятилетия общение в социальных сетях трансформировалось из периферического в главный способ интернет-коммуникации, став одним из мощнейших механизмов социального взаимодействия и управления. Но, несмотря на это, сетевая активность в группах редко переходит в реальный мир, становясь заменой живому общению. Происходит размывание границ виртуального и реального.

Важным фактором привлекательности объединения людей в виртуальных сообществах в современном, постоянно меняющемся, стрессогенном мире становится поиск «своих», принадлежность к различным сообществам, созвучным собственным взглядам и интересам, размежевание с «другими / чужими». Человек ищет единомышленников, себе подобных, ожидая социальной оценки и поддержки. Желание принадлежать к какому-либо сообществу, быть другом повышает самооценку и собственный рейтинг в глазах других пользователей, для социализации которых этот аспект является чрезвычайно важным.

Общение и поиск друзей стали преобладающим мотивом для использования социальных сетей у молодежи «цифрового поколения». Сегодня молодые люди именно в сети проходят первичную социализацию, экспериментируя с ролями и статусами. Социальные сети навсегда изменили представления о потенциальных возможностях идентификации личности в интернет-пространстве.

По данным ВЦИОМ [3], Сеть сегодня является источником новостей для 62% 18–24-летних молодых людей. Социальную сеть «ВКонтакте» используют 86% пользователей Интернета в возрасте 18–24 лет. Они являются самой активной, но и самой незащищенной, восприимчивой группой, максимально использующей информационные ресурсы.

По мнению К. Хафнера, в эпоху всеобъемлющей дигитализации повседневности и социальных отношений актуализируется со-конструирование идентичности в виртуальном пространстве. Множественность и размытость персональной идентичности (текущая, коллажная, мозаичная идентичность) в обществе подталкивает индивида к поиску

своих, защищенных групп [7]. Наиболее очевидно и ярко эта тенденция прослеживается в молодежных комьюнити. В условиях длительной турбулентности всех процессов люди пытаются объединиться вокруг привычных им источников идентичности — национальных, культурных, религиозных, гендерных и т.п. — в поисках новых идей, смыслов, доверительного круга «своих», в стремлении встроиться в современный плотный информационный мир.

Молодые люди, активно включенные в пространство социальных медиа, в гораздо большей степени адаптированы к изменениям внешней среды электронно-цифрового общества. Они более активны и демонстрируют инновационное поведение, проще и быстрее ориентируются во внешней среде, принимают решения. Поведенческие паттерны все чаще усваиваются в виртуальном пространстве, транслируя в последующем этот опыт и образы в офлайн-практики.

По мнению У. Гассера и Д. Пэлфри, «дети цифровой эры» («цифровые аборигены») проводят большую часть своей жизни в сети Интернет и не делают различия между жизнью в Сети и вне ее. Представители цифрового поколения не воспринимают свою идентичность в цифровом и реальном пространствах как нечто обособленное; они считают, что их идентичность представлена сразу в нескольких пространствах» [5, с. 11]. Это открывает колоссальные возможности самореализации, но здесь кроется и опасность: подобная открытость рождает возможности для манипулирования и обмана. Информация становится средством и технологией манипулирования, подталкивающими к формированию новых ценностных установок и стереотипов. «Это система, в которой сама реальность (т.е. материальное / символическое существование людей) полностью схвачена, полностью погружена в виртуальные образы, в выдуманный мир, мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передается опыт, но сами становятся опытом» [1].

Интернет для подрастающего поколения — главный источник информации. При этом отсутствие сформировавшейся жизненной позиции, подверженность радикальным сиюминутным идеям, максимализм, неспособность прогнозировать последствия собственных действий и решений несет в себе опасность быть вовлеченными в противоправные отношения.

Сложно представить сегодня активного молодого человека, не исполь-

зующего возможности информационные, коммуникативные) глобальной сети. Использование Интернета говорит о мобильности и успешности. Сети позволяют безгранично расширять круг общения, привлекать внимание, добиваясь социального одобрения. Напротив, молодые люди, исключенные из глобального пространства, ощущают неравенство и социальную стратификацию, что порождает информационное неравенство и дивергенцию отдельных социальных групп.

Как отмечают Д. Тапскотт и Э. Уильямс, «вместо того чтобы пассивно поглощать продукты массовой культуры, представители сетевого поколения проводят время в поиске, чтении, исследовании, идентификации, сотрудничестве и процессе организации (чего угодно — начиная от музыкальных MP3-файлов и заканчивая акциями протеста). Интернет превращает жизнь в постоянное массовое сотрудничество, что безумно нравится этому поколению. Они даже не могут представить себе жизнь, в которой граждане не имеют инструментов для критического осмысления, обмена точками зрения, уточнения, идентификации или разоблачения обмана. Если их родители были пассивными получателями информации, молодые люди являются активными создателями медийного контента и испытывают страсть к взаимодействию» [6, с. 127]. Безусловно, эти процессы открывают новые возможности перед подрастающим поколением. Но, кроме неоспоримых достоинств и возможностей вхождения в коммуникационное пространство, существует и ряд опасностей и противоречий. Уходя с улицы, молодые люди формируют новый тип «комнатной культуры» [4, с. 173]. Исходя из данных опроса, проведенного И. А. Новиковой и Т. С. Юзефович [2, с. 286], можно сделать вывод, что молодежь (главные пользователи сетей) эмоционально нестабильны и склонны к подчиняемости в межличностных отношениях. Они ощущают себя крайне уязвимыми, т.к. у них нет навыков критического анализа получаемой информации, и это позволяет использовать различные способы воздействия на данную группу и манипулирования ей.

Конструируя сетевой образ, молодые люди склонны к упрощению и эстетизации реальных событий, достраивая образы до тех границ, когда они будут выглядеть привлекательно. Одобрение в виде «поглаживаний» (лайков или репостов) является основным стимулом для действий многих пользователей в виртуальном пространстве.

Социальные сети становятся каналами социальной разрядки, т.к. пользователи выплескивают в них отражение своих переживаний,

эмоций, получая одобрение со стороны групп друзей. На личных страницах в Сети происходит не только самопрезентация пользователей и управление впечатлениями о себе, но и конструирование собственной идентичности через рассказ о себе (своих впечатлениях, опыте, действиях, отношениях, успехах). Данная (нарративная) идентичность не рождается сама собой в процессе социализации и инкультурации, а часто конструируется специально с тем, чтобы быть презентованной другим.

В этом кроется принципиальное противоречие, т.к., несмотря на возможность эксперимента с собственной идентичностью, создаются сложности с самокатегоризацией. В современных условиях роста коммуникативных практик, расширения границ информационного пространства, скорости и плотности информационного потока люди (особенно молодежь) все в большей степени склонны к поискам новых форм самокатегоризации в различных плоскостях и сферах повседневности.

В попытках самокатегоризации и самоопределения, так называемой «народной таксономии» (фолькосомии), пользователи пытаются не только соотнести себя с классами аналогичных событий, объектов, но и противопоставить собственные ценности, оценки, интересы, взгляды по отношению к «другим», активно используя хэштеги и таким образом параллельно включая себя в социум и выделяя из него, конструируя собственную идентичность и репрезентуя себя цифровому миру.

В итоге индивид становится включенным в колоссальный информационный поток, с одной стороны, близкий заданным интересам, с другой стороны, открытый для различных способов и технологий воздействия и манипулирования. Например, хэштеги «#» позволяют сформировать информационную волну по заданным темам, давая возможность пользователю соотносить свои события, высказывания с аналогичными действиями других, становясь частью большой общности, объединенной в рамках единых тем. Это позволяет влиться в беседы и информационные потоки на любом этапе и в любом месте, что имеет под собой разные основания и цели пользователей. И чем выше напряженность и нестабильность в обществе, тем больше потребность людей в самокатегоризации, в нахождении своих и сплочении вокруг знакомых и понятных символов, тем, событий. Эта тенденция, в зависимости от умения критически анализировать окружающее пространство, приводит к разнообразным последствиям — от агрессии по отношению к «другим» к агрессии, направленной на самого себя, порождая все

большую дивергенцию и сегрегацию в обществе.

Активные пользователи Сети — молодые люди оказались в многомерном сложном коммуникационном пространстве. Родители (старшее поколение), к сожалению, из-за отсутствия необходимых умений и навыков далеко не всегда способны оказать влияние на детей и научить их критически анализировать окружающую информацию. Поэтому многие не могут адекватно оценить опасность и последствия вхождения в те или иные группы, что часто приводит к печальным последствиям, вплоть до отказа от социального взаимодействия в реальном мире. Итогом может стать вхождение в криминальные группы и подростковые суициды.

Сегодня перед обществом стоит чрезвычайно актуальная и сложная задача — найти приемлемые формы и пути обучения молодежи критическому анализу, умению видеть элементы манипулирования, владеть навыками взаимодействия с различными группами людей, понимать мотивы и способы общения. Это возможно только в условиях образования, просвещения и минимизации информационного неравенства.

Литература

1. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под научной ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 606 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php (дата обращения: 11.01.2017).
2. *Новикова И. А., Юзефович Т. С.* Индивидуально-личностные особенности пользователей разных социальных сетей // *Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития человека* : сб. науч. ст. / под общ. ред. Р.В. Ершовой. Коломна : Государственный социально-гуманитарный университет, 2016. 443 с.
3. Новое о цифровой грамотности, или россияне осваиваются в Сети. Данные ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 3084. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115657> (дата обращения: 26.12.2016).
4. *Омельченко Е.* Смерть молодежной культуры и рождение стиля «молодежный» // *Отечественные записки.* 2006. № 3. С. 173–174.
5. *Пэлфри Дж., Гассер Урс.* Дети цифровой эры / пер. с англ. Н. Яцюк. М.: Эксмо, 2011. 368 с.
6. *Тапскотт Д., Уильямс Э.* Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все / пер. с англ. П. Миронова, Г. Василенко. М.: BestBusinessBooks, 2009. 392 с.
7. *Discourse and digital practices: Doing Discourse Analysis in the Digital Age* / Eds. R. H. Jones, A. Chik, C. A. Hafner. L.— N.Y.: Routledge, 2015. XII, 250 p.