

Научная статья

УДК 316.772

DOI: 10.35854/2219-6242-2024-3-358-371

Интернет-коммуникации студенческой молодежи: аспекты конструирования сетевой идентичности (на примере студентов-первокурсников Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики)

Евгения Петровна Шеболкина¹, Наталья Владимировна Красикова²✉

^{1, 2} Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики,
Санкт-Петербург, Россия

¹ e.p.shebolkina@mail.ru

² december12@list.ru ✉

Аннотация. В статье представлены результаты исследования некоторых аспектов интернет-коммуникаций и конструируемой сетевой идентичности первокурсников университета как представителей поколения Z, или «цифровой молодежи». Результаты исследования показали, что большинство респондентов не делает большого различия между реальной и виртуальной самопрезентацией, старается придерживаться социально одобряемых образов, выступает в Сети в большей степени потребителем контента, нежели создателем. Установлено также, что большинство участников исследования обращают внимание на изменения в конструировании своей сетевой идентичности за последние два года, при этом связывают данный процесс с личным взрослением и осознанием опасностей, которые несет в себе интернет. В перспективе, по мнению авторов, представляется интересным сфокусировать дальнейшие исследования в области регулятивных механизмов поведения цифровой молодежи в сети Интернет.

Ключевые слова: интернет-коммуникации, сетевая идентичность, сетевое поведение, медиапотребление, регуляция медиаповедения

Для цитирования: Шеболкина Е. П., Красикова Н. В. Интернет-коммуникации студенческой молодежи: аспекты конструирования сетевой идентичности (на примере студентов-первокурсников Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики) // Социология и право. 2024. Т. 16. № 3. С. 358–371. <https://doi.org/10.35854/2219-6242-2024-3-358-371>

Original article

Internet-communications of student youth: Aspects of network identity construction (on the example of freshmen students of St. Petersburg University of Management Technologies and Economics)

Evgenia P. Shebolkina¹, Natalia V. Krasikova²✉

^{1, 2} St. Petersburg University of Management Technologies and Economics,
St. Petersburg, Russia

¹ e.p.shebolkina@mail.ru

² december12@list.ru ✉

© Шеболкина Е. П., Красикова Н. В., 2024

Abstract. The article presents the results of the study of some aspects of Internet communications and the constructed network identity of university freshmen as representatives of generation Z, or “digital youth”. The results of the study have shown that the majority of respondents do not make a big distinction between real and virtual self-presentation, try to adhere to socially approved images, act in the Web to a greater extent as a consumer of content than as a creator. It was also found that the majority of the study participants pay attention to changes in the construction of their online identity over the past two years, and attribute this process to personal maturation and awareness of the dangers of the Internet. In the future, according to the authors, it seems interesting to focus further research in the field of regulatory mechanisms of behavior of digital youth on the Internet.

Keywords: Internet communications, online identity, online behavior, media consumption, regulation of media behavior

For citation: Shebolkina E.P., Krasikova N.V. Internet-communications of student youth: Aspects of network identity construction (on the example of freshmen students of St. Petersburg University of Management Technologies and Economics). *Sociology and Law. 2024;16(3):358-371.* (In Russ.). <https://doi.org/10.35854/2219-6242-2024-3-358-371>

Введение

Исследования интернет-коммуникаций и конструируемой сетевой идентичности современной молодежи сегодня актуальны, поскольку «процесс медиапотребления молодежи стал одним из ключевых драйверов, определяющих динамику развития медиасистем и медиаиндустрий стран мира... Осмысление сложной и многоуровневой природы медиазпросов в условиях широкого распространения цифровых медиатехнологий и трансформации социокультурных практик будет положено в основу прогнозирования возможных вариантов развития медиакommunikationных практик молодых россиян в контексте информационной безопасности и в интересах российского государства» [1].

В Санкт-Петербургском университете технологий управления и экономики (СПбУТУиЭ) на протяжении нескольких лет проводятся исследования, связанные с изучением характера медиапотребления студенческой молодежи, оценкой молодыми людьми влияния медийных каналов и персон на их поведение [2], осмыслением молодежью феномена «культуры отмены», прежде всего в медиaprостранстве [3]. Настоящая статья — продолжение этих исследований, нацеленных на установление трендов сетевого поведения в контексте мироощущения и миропонимания современных людей 17–24 лет, представителей поколения зумеров [4; 5; 6], выросших на стыке офлайн- и онлайн-миров.

Цели исследования, гипотезы

Подростковый и ранний юношеский возраст является ключевым периодом обретения идентичности. Юность — период поиска ответа на вопросы о том, какой я и кто я. Современные молодые люди (зеты или зумеры, хоумлендеры, центениалы, домоседы, Generation Z, представители так называемого цифрового поколения, поколения Z, родившиеся в период с 1995–1997 по 2010–2012 гг. [4; 5; 6]), вынуждены самоопределяться не только в действительности, но и в сети Интернет, которая среди прочего предоставляет каждому возможность эксперимента с собственной идентичностью.

Выбор целевой аудитории исследования (первокурсники СПбУТУиЭ) определен тем обстоятельством, что они идеально попадают в возрастные границы людей, буквально «выросших в сети Интернет». В доцифровые времена для под-

ростков и молодежи значимыми в процессе социализации были компании, особые субкультуры, принадлежность к которым определяла предпочтения во всем (музыка, стиль одежды и т. д.). Для поколения Z эти социальные институты утрачивают свою роль, сложилось параллельное пространство виртуального мира, которое выполняет компенсаторную функцию, побуждает молодых людей к разного рода решениям, выборам и действиям. Зумеры не знали дворовых игр, но у них много виртуальных друзей. Они с раннего детства привязаны к гаджетам, формируют картину мира и взгляды на жизнь на основании рекомендаций друзей и лидеров мнений. Они считаются вдумчивыми и экономными, бережно относятся к природным ресурсам и следят за собственным ментальным здоровьем. Люди поколения Z способны работать с большим количеством данных: это позволяет им стать более независимыми и свободными от предрассудков, чем их родители, бабушки и дедушки. Считается, что это самое «некоммуникабельное» поколение, но самое оптимистичное и свободное [4; 5; 6].

Авторы сравнительных исследований сетевой и реальной идентичности, в частности А. Е. Войскунский, А. С. Евдокименко, Н. Ю. Федунина, пишут: «В сетевой идентичности становятся вполне наглядными некоторые аспекты идентичности, которые не всегда акцентируются в традиционных ситуациях. А именно сетевая идентичность очевидным образом не порождается сама собой в процессе взросления и старения, а конструируется с тем, чтобы быть эксплицитно презентированной другим людям. Более того, среди наиболее наглядных характеристик сетевой идентичности — легкость видоизменения, вплоть до полной замены на нечто в каком-то смысле противоположное, а также сравнительно нечасто встречающиеся в обыденной жизни феномены не просто множественной, а в полном смысле этого слова альтернативной идентичности» [7].

В этой связи кажется важным понимать, как процесс интернет-коммуникаций и конструирования своей сетевой идентичности оценивают молодые люди. Какова для них внутренняя значимость сконструированной в сетевом пространстве идентичности? Как она управляет ими, к каким действиям побуждает?

Исследование нацелено на установление трендов сетевого поведения студенческой молодежи в следующих аспектах:

1. Аспекты сетевой активности (что для меня Сеть в целом, каким контентом пользуюсь/создаю и с какой целью).
2. Аспекты конструирования сетевого образа (как и зачем конструирую свой сетевой образ и до какой степени он совпадает с реальным).
3. Аспекты коммуникации в жизни/Сети (чего боюсь, кого принимаю и осуждаю, как влияет интернет-коммуникация на мои оценки реальности, выбор и решения).

Исходя из целей, сформулированы следующие гипотезы, основанные в том числе и на ранее полученных данных [2; 3]. Во-первых, предполагается, что представители поколения Z осознают интернет и социальные сети как однозначное благо, используют их как ресурс для общения, развлечения, образования, самореализации и самовыражения, считают неотъемлемой частью жизни. Во-вторых, требуется подтверждение версии о том, что в сетевой активности молодые пользователи в большей степени выступают как потребители и наблюдатели, нежели созидатели, в основном ввиду возраста (пока не накоплена критическая масса знаний и опыта, миру нечего транслировать). В-третьих, нуждается в верификации идея о том, что в большинстве случаев сетевые образы («аватары») являются отражением личностных характеристик и особенностей участников интернет-коммуникации. В-четвертых, хотелось бы найти подтверждение ранее установленных исследователями доводов о том, что сетевая идентич-

ность эволюционирует, следует за личностным социальным развитием индивида, реагирует на общественные изменения. В-пятых, требовалась проверка версии о том, что поведение и коммуникация молодежи офлайн и онлайн в большей степени совпадают (онлайн дает технологически удобное продолжение и расширение офлайн-контактов). В-шестых, следовало установить, действительно ли студенческая молодежь осведомлена о рисках интернет-коммуникации и старается им противопоставить свою осознанность.

В исследовании приняли участие 329 студентов-первокурсников СПбУТУиЭ. Среди них — 52 % юношей и 48 % девушек преимущественно в возрасте от 18 до 20 лет. Исследование состояло из двух частей. В первой части студентам предложено пройти онлайн-опрос, в основе которого — вопросы анкеты «Аспекты сетевой идентичности» (И. М. Богдановская, Т. А. Фленина) [8]. Во второй части студентам предложено подготовить эссе на тему «Я в сети Интернет». В нем следовало осмыслить, описать аспекты своих интернет-коммуникаций, ответить на следующие вопросы:

1. Зачем человеку интернет и социальные сети? Что он в них ищет?
2. Как оцениваю себя в интернете я?
3. Как и зачем я выбираю контент?
4. Кому симпатизирую и почему?
5. Кто раздражает и почему?
6. Чего боюсь и почему?
7. Изменилось ли мое отношение к самопрезентации и к поведению других в Сети в последние два года? Если да, то почему?

Результаты

1. Аспекты сетевой активности (вопросы о том, что для меня Сеть в целом, каким контентом пользуюсь/создаю и с какой целью)

Пытаясь в эссе ответить на вопрос «Зачем человеку интернет и социальные сети? Что он в них ищет?», студенты-первокурсники выдавали преимущественно типичные ответы: пространство, среда для общения, развлечения, образования, творчества, самореализации, самовыражения. К числу наиболее ярких и концептуальных оценок роли и места интернета в жизни молодежи можно отнести следующие:

- *«Могу сказать, что это мой второй виртуальный дом».*
- *«Я использую интернет как своего рода универсальный учебник, в котором каждый веб-сайт, статья или видео может стать уроком или источником вдохновения».*
- *«Интернет — огромная и уютная библиотека».*
- *«В виртуальном лабиринте интернета каждый из нас, будучи исследователем собственного внутреннего мира, находит что-то уникальное. Тем самым каждый посещенный сайт становится страницей в нашей собственной энциклопедии. Каждый клик — это шаг на пути к собственному развитию и образованию. Поиски в интернете — это не прокрастинация, а непрерывное стремление к самосовершенствованию и пониманию мира».*
- *«Интернет и социальные сети — это не только место для обмена информацией, но и цифровая площадка, на которой мы строим свою виртуальную личность, находим своих единомышленников и оставляем свой след в бескрайнем пространстве данных».*
- *«Человеку нужны эти виртуальные нити, чтобы раскрутить клубок своей личности и делиться с окружающими кусочками своего мира».*

Эти ответы подтверждают гипотезу об осознании интернета как однозначного блага современной цивилизации, той самой виртуальной реальности, дающей колоссальные возможности для самореализации.

Личная страница в социальных сетях есть у 97,6 % опрошенных, то есть наблюдается почти 100 % вовлеченности у наших респондентов. Из них 48,6 % — «пользуются контентом», 43,5 % — «в меньшей степени создают, в большей степени пользуются контентом», около 7,5 % опрошенных считают, что именно «создают контент». Небольшое количество сетевых «диссидентов» считают социальные сети пустой тратой времени. 33,3 % процента респондентов ответили, что являются администраторами сетевых сообществ и групп.

Тем самым подтверждается гипотеза о преимущественно пользовательской роли, роли наблюдателя в Сети для молодежи, поскольку для роли создателя контента необходимо приобрести некую критическую массу знаний и опыта:

- *«Я наблюдатель, то есть человек, который предпочитает наблюдать, чем активно участвовать. Мне интересно наблюдать за различными аспектами жизни в интернете».*
- *«Оценить себя как пользователя я никак не могу, так как нигде себя не афиширую, поэтому и другие никак не могут меня оценить. Я являюсь наблюдателем во всех соцсетях».*
- *«В нем я себя оцениваю как пользователь, просто наблюдаю».*
- *«Оценивая себя в интернете, я не стремлюсь быть открытым. По большей части я слежу за контентом других людей и оцениваю их, а также общаюсь в социальных сетях. Но в будущем планирую создавать контент со своими проектами».*

Доминирующими каналами для сетевой коммуникации остаются Telegram (95,7 %), далее следуют видеосервис YouTube (84 %), социальная сеть «ВКонтакте» (65,3 %), около 50 % респондентов продолжают активно пользоваться запрещенной в России сетью Instagram¹, смотрят и постят контент в TikTok, значительная доля опрошенных (36,8 %) создают и потребляют контент на платформе Pinterest.

Цели своей сетевой активности молодые люди определили следующим образом: 92,3 % — общение, 77,3 % — развлечение, 76,4 % — поиск новостей и информации, 67,8 % пользуются интернетом для учебы, познания, образования. Прагматичные задачи работы, заработка в сети реализуют лишь около 2 % опрошенных. Интерес по тематике потребляемого и создаваемого контента распределен следующим образом: развлечение — 80 %, обучение — 67,2 %, новости — 61 %, спорт — 44,5 %, мода и стиль — 42,3 %, искусство — 43,6 %, животные — 28,5 %, кулинария — 27,9 %, политика — 20,9 %, диеты и ЗОЖ — 15,6 %. Прочие темы, как, например, работа, автомобили, техника, кино, мемы, психология и др., наших респондентов пока почти не интересуют (менее 1 % по каждому пункту).

Называя авторитетные и интересные медийные персоны, студенты проявили, по всей видимости, как искренность, так и значительную долю иронии. Условный выбор сетевых авторитетов таков: «Путин», «Дмитрий Куплинов», «Я», «Екатерина Мизулина», «Руслан Усачев», «Михаил Литвин», «Егор Крид», «Дима Масленников», «Бустер», «Физика от Побединского», «Utopia Show», «Екатерина

¹ Социальная сеть Instagram, продукт компании Meta Platforms Inc., признана экстремистской организацией и запрещена в Российской Федерации (Social media service, part of Meta Platforms Inc., added to the register of extremist organizations and banned in the Russian Federation).

Шульман»², «Максим Кац»³, «Шаман», «многие», «родители», «Saluki», «Хозяева», «Энтони Юлай», «Ксения Собчак», «Павел Дуров», «Хабиб», «Ольга Бузова», «Брайн Мапс», «никто» и др.

Данный выбор, на наш взгляд, характеризует потребность современных молодых людей в независимости и условной «многополярности».

2. Аспекты конструирования сетевого образа (вопросы о том, как и зачем конструирую свой сетевой образ и до какой степени он совпадает с реальным)

Оценивая свое представление в сети Интернет, 51,8 % опрошенных полностью согласились с тезисом о том, что «в интернете я всегда такой, как в реальности», согласились частично — 38 %, не согласны или затрудняются с ответом — около 10 %. При этом полностью вымышленное имя в сетевой коммуникации используют лишь 11,3 % респондентов. Реальные фото и факты о себе в сетевой коммуникации уверенно используют 61 %, а 26 % делают это время от времени или частично. Лишь 9,5 % не считают нужным демонстрировать реальные фото и факты о себе в социальных сетях.

В развернутых ответах презентацию своей личности в интернете многие опрошенные оценивают как цифровое зеркало:

- *«Самооценка в интернете — это как оглядывание себя в цифровом зеркале».*
- *«Интернет и социальные сети стали не только зеркалом моей личности, но и площадкой для роста, обучения и взаимодействия».*
- *«Интернет стал своеобразным зеркалом, в котором я вижу свои цели, интересы и становлюсь частью виртуальной культуры».*
- *«Самооценка в виртуальном мире часто является отражением того, как я представляю себя в реальной жизни. Интернет становится зеркалом, в котором я видел бы себя таким, каков я есть или таким, каким хотел бы быть».*
- *«Оценивая себя в интернете, я понимаю, что это — своего рода витрина моей жизни».*
- *«Мой онлайн-профиль — это своего рода кураторская галерея, где я делюсь своими интересами, достижениями, мнениями. Оценка себя в интернете стала важным аспектом моего самопонимания, а также средством самовыражения».*
- *«Для меня интернет — это не просто техническое достижение, а своего рода цифровая арена, на которой развивается моя онлайн-идентичность».*

Во многих ответах также прослеживается нота «выбираю социально одобряемое, востребованное» в самопрезентации:

- *«Я осознаю, что представление обо мне в интернете может быть искажено, так как я демонстрирую только ту сторону, которую хочу, чтобы увидели другие люди».*
- *«Личная сетевая идентичность — это мозаика моментов, которые я выбираю показывать миру. Я стремлюсь быть открытой и честной в своих мыслях и убеждениях, но понимаю, что каждый из нас оставляет лишь определенный след в онлайн, подчеркивая лишь определенные аспекты своей личности».*

² Внесена Минюстом России в реестр СМИ, выполняющих функции иностранного агента.

³ Внесен Минюстом России в реестр физлиц, выполняющих функции иностранного агента.

- *«Оценка себя в интернете немного сложнее. Как правило, люди выкладывают только самые лучшие моменты своей жизни в социальных сетях, создавая идеализированный образ себя».*
- *«Оценивать себя в интернете сложно: здесь я стараюсь быть открытым, честным, искренним, но при этом виртуальное пространство не всегда отображает полноценную картину моей индивидуальности».*

Иными словами, респонденты отмечают неполноту и идеализированность виртуального образа, стремление «вписать» его в социально востребованные нормы и правила. Пытаясь осмыслить конфигурацию совпадения офлайн и онлайн-образов, респонденты в большинстве случаев демонстрируют высокую долю их совпадения:

- *«Я в интернете оцениваю себя так же, как и в реальности, я чувствую себя уверенным, общительным и дружелюбным, потому что в реальности у меня много друзей и в интернете у меня много знакомых и собеседников. Большинство своих собеседников в интернете я встретил благодаря контенту, который мне нравится».*
- *«Я представляю себя в интернет таким, каким я и явлюсь офлайн, пользователи могут узнать обо мне почти любую информацию, за исключением чего-то очень личного».*
- *«Я стремлюсь быть осознанным пользователем и представлять себя так, каким являюсь на самом деле, без преувеличений и скрытности. Я считаю, что искренность и подлинность являются важными качествами в онлайн-мире».*
- *«В глобальной сети интернет я оцениваю себя как открытого и дружелюбного человека; всегда называю вещи своими именами и пишу, в большинстве своем, что думаю на самом деле».*
- *«Интернет во многом меняет людей, но среди моих знакомых я не замечал больших отличий во время общения в интернете или в реальной жизни».*
- *«Если в жизни человек скромный и стеснительный, то в социальных сетях при общении он может вести себя нагло и распушенно. Это меня раздражает. Я считаю неправильным оставлять окружающих в непонимании, заставляя их верить в существование личности, хотя на деле ее не существует. Я же стараюсь оставаться самим собой. Для меня важно, чтобы я и мой круг общения не притворялись кем-то другим. Я считаю это бессмысленным. Если в жизни я открытый и общительный, то в интернете я стараюсь оставаться таким же».*
- *«Моя сетевая идентичность — это не просто отражение моей реальной личности, но и выбор того, как я хочу восприниматься другими. Хотя онлайн-мир может быть искаженным и порой непредсказуемым, я стараюсь оставаться честной и достоверной в своем онлайн-присутствии, сохраняя баланс между личной жизнью и виртуальной реальностью».*
- *«Я стараюсь быть честным с самим собой и с окружающими. Я делюсь своими мыслями, достижениями, но также не стесняюсь говорить о своих неудачах или трудностях. Я считаю, что именно открытость и честность создают настоящую связь с другими людьми в интернете».*

Тем самым результатами опросов подтверждается идея о том, что чаще всего сетевые образы являются отражением личностных характеристик и особенностей участников интернет-коммуникаций. Отвечая на вопрос о том, каким видят автора посетители его страницы, студенты выдали разные определения образа «какой я» в Сети. Доминируют характеристики «интересный», «веселый», «обыч-

ный», немного уступают им «открытый», «добрый», далее идут «крутой», «творческий», «красивый», «хороший», «активный», «позитивный», «спортсмен», «студент», «геймер», «фотограф», «модный», «скромный». Завершают список описанных самопрезентаций такие характеристики, как «симпатичный», «жизнерадостный», «смешной», «сумасшедший», «милый», «скрытный», «таинственный», «дружелюбный», «скучный» и др.

Итак, большинство молодых людей позиционируют и видят себя в Сети в комфортных и социально одобряемых ролях, предпочитают быть условно «хорошими», что вместе с тем совпадает с принятыми мифами о представителях поколения Z как о более конформном и несколько более инфантильном в этой связи поколении, нежели предыдущие. Не стоит забывать и о том, что «миф базируется на оценочном характере интерпретации одних и тех же данных. Подростки в целом действительно меньше ввязываются в неприятности, однако авторами это трактуется двояко» [6].

Задавая вопрос «Изменилось ли мое отношение к самопрезентации и к поведению других в Сети в последние два года?», мы попытались обнаружить корреляции, связанные с изменением сетевого поведения молодежи после глобального шторма, вызванного началом специальной военной операции (СВО). В пилотном исследовании 2023 г. мы обратились к студентам СПбУТУиЭ с просьбой оценить изменение характера своего медиапотребления за год, прошедший после начала СВО. Выявлено, что студенты, независимо от политических убеждений, быстро осознали себя в поле пропаганды и стали от нее защищаться (кто-то лучше проверять информацию, кто-то закрылся в кругу единомышленников, кто-то резко снизил активность в Сети и потребление медиаконтента).

В этом году студенты оценивали свои изменения менее эмоционально и, скорее, связывали перемены с личным взрослением, чем с внешними обстоятельствами и с осознанием сети Интернет как небезопасного пространства:

- *«Мое отношение к самопрезентации и к поведению других в Сети в последние два года изменилось, так как, скорее всего, я просто повзрослела».*
- *«Я гораздо меньше показываю то, что могла бы показать раньше и уделяю в разы меньше времени “листанию ленты”, сменился фокус на образование и саморазвитие. Мне кажется, это произошло из-за банального взросления и смены некоторых ценностей, целей».*
- *«Раньше я думал, как угодить другим людям, как их удивить или порадовать своим контентом. Я выкладывал не то, что хотел, а то, что хотели они. Я ориентировался на интересы данных людей и к каждому находил подход, чтобы их заинтересовать. Сейчас же я изменил свое отношение к этому. Уже как год я выкладываю лишь то, что хочу я, то, что интересует меня, а другие люди сами должны выбирать: смотреть им на это или нет. Такой подход к ведению социальных сетей очень облегчает ситуацию и больше не напрягает, ведь не нужно думать об интересах всевозможных людей».*
- *«Я стал более внимательным к тому, что публикую и как это может повлиять на других, также стал внимательнее к поведению других людей в Сети. Я стараюсь быть более эмпатичным и понимающим, осознавая, что за каждым профилем скрывается реальный человек со своими мыслями и чувствами».*
- *«Мое отношение к самопрезентации и поведению других в сети изменилось в последние годы. С возрастом я стал более осознанным в своих действиях в интернете и стал более осторожным в выборе того, что я поддер-*

живаю в постах и как это воспринимается другими. Я также стал более критически оценивать контент, который я потребляю, и стал активнее отстаивать ценности конструктивности и толерантности в онлайн-среде. Эти изменения были вызваны ростом моей зрелости, увеличением осознанности в интернете и увеличением осознанности о его влиянии на жизнь».

- *«За последние два года мое отношение к поведению других в Сети значительно изменилось в сторону большей эмпатии, толерантности и способности контролировать свои реакции».*
- *«Осознание важности самопрезентации в Сети возросло. В прошлом я часто публиковала все, что приходило в голову, не задумываясь о последствиях. Однако теперь я осознала, что виртуальное пространство также требует тщательной подготовки и продуманных действий».*
- *«Растущая осознанность проблем цифрового следа и влияние социальных сетей на психическое здоровье заставили меня более ответственно подходить к контенту, который создаю и потребляю».*
- *«С появлением новых трендов и вызовов в Сети я стала более осознанной и осторожной в своем взаимодействии с другими. Теперь я стараюсь больше фильтровать и анализировать информацию, а также применять меры безопасности для защиты своей онлайн-приватности».*
- *«Я стала более внимательной к контенту, который публикую, стараюсь быть более аккуратной в выборе слов и избегать конфликтов в сети. А также стала осторожнее в отношении личной информации и осознала важность цифровой безопасности».*

Тем самым подтверждается гипотеза о том, что сетевая идентичность эволюционирует, следует за личностным социальным развитием индивида, реагирует на общественные изменения.

3. Аспекты коммуникации в жизни/Сети (вопросы о том, чего боюсь, кого принимаю и осуждаю, как влияют сети на мои оценки реальности, выбор и решения)

С тем, что их общение в социальных сетях отличается от общения в действительности, согласны лишь 12 % опрошенных. 50 % считают, что их поведение в сетях от реального не отличается, 35 % указали, что оно отличается частично. Остальные затрудняются с ответом.

Студенты опровергли медийный стереотип о том, что живут в онлайн. 51,1 % категорически не согласны, что больше общаются онлайн, нежели «в реале», 27,1 % согласны с этим утверждением частично. Согласны же с тем, что они больше общаются в Сети, 13,2 % опрошенных. При этом онлайн- и офлайн-знакомства совпадают у половины опрошенных, еще у 27,5 % эти круги пересекаются частично. И 12 % констатировали, что их сетевые и реальные знакомства не пересекаются.

С утверждением о том, что «в интернете больший диапазон выбора людей, с которыми можно общаться, поэтому я предпочитаю его», согласны лишь 15,6 % опрошенных. Частично согласны с ним 31,5 %, 44,3 % категорически не согласны с такой характеристикой интернет-среды.

Эти данные, скорее, подтверждают версию о том, что поведение и коммуникация молодежи офлайн и онлайн в большей степени совпадают (онлайн дает технологически удобное продолжение и расширение офлайн-контактов).

На вопросы «Кому я симпатизирую в сети и почему?» и «Кто раздражает и почему?» студенты указали следующие ответы:

- *«В социальных сетях я симпатизирую людям, которые делятся полезной информацией, которые способны выносить обсуждения и поддерживать диалог. Я ценю искренность и открытость в общении».*
- *«Я симпатизирую тем людям, которые демонстрируют образцовую этику и поведение в своих социальных сетях. Это включает в себя людей, которые проявляют уважение к другим участникам сообщества, поддерживают дружескую и дружественную атмосферу, и стараются создавать конструктивный диалог».*
- *«Я ценю открытость, терпимость и уважение, а также симпатизирую тем, кто в своих постах и комментариях старается поддерживать позитивные идеалы и делиться полезной и интересной информацией. Это могут быть эксперты в определенной области, креативные личности, активисты или журналисты, которые используют социальные сети для расширения качественного контента».*
- *«Я симпатизирую людям, которые стараются делать что-то полезное и вдохновляют других своими достижениями. Веселым и умным людям, далеким от политики. Я не хочу очернять свои будни грязными сплетнями и мыслительным мусором».*
- *«В интернете мне симпатичны люди, которые являются открытыми, толерантными и делают позитивный вклад в общество. Они создают полезный и интересный контент, способствуют обсуждению важных тем и помогают другим людям».*
- *«Я ценю независимых мыслителей, искателей истины и тех, кто старается делать мир лучше».*
- *«Раздражают люди, которые распространяют негатив и провоцируют конфликты, а также те, кто злоупотребляет стереотипами и предрасудками».*
- *«В целом раздражение в Сети вызывают чрезмерная агрессивность, навязчивость, спам и неуважительное отношение к другим».*
- *«Раздражение в интернете вызывают люди, которые пытаются навязать свою точку зрения, негативно относятся к другим или распространяют ложную информацию».*
- *«Раздражают те, кто злоупотребляет анонимностью, создавая негативный контент или разжигая конфликты».*
- *«Меня раздражают те, кто выбирают агрессивный и токсичный стиль общения. Вместо конструктивного диалога они предпочитают насыпать ядовитых комментариев, создавая атмосферу напряжения и конфликта».*
- *«Больше всего лично меня раздражают люди, которые дают на жалость, используют человеческий фактор ради своей выгоды, так называемые инфоцыгане, еще очень сильно раздражает такая культура, как dead inside (мертв внутри), такая культура применима к онлайн-играм».*
- *«Крайне негативно отношусь к блогерам, которые выставляют неподобающий контент, какие-то пранки над обычными людьми и обучающие курсы по темам, в которых у них нет образования и опыта. Негативный контент и пустые обещания от медийных людей могут негативно сказаться на мировоззрении и психике человека. Я за экологичный контент в интернете».*
- *«Раздражают необразованные люди, выкладывающие в интернет глупости».*

Несмотря на раздражение, молодые люди не выбирают исключительно приятный контент и единомышленников: 71,2 % опрошенных «стараются следить

за мнениями оппонентов», однако 19,2 % этого не делают, и почти 10 % затруднились с ответом на этот вопрос. Относительно позиции «я чаще комментирую посты, которые вызывают у меня симпатию» опрошенные разделились практически на равные группы. 22,7 % полностью согласны с этим утверждением, 23 % согласны с ним частично, но 44,2 % категорически не согласны и чаще комментируют оппонентов, нежели «сторонников». Вступают в сообщества с целью найти похожих на себя людей (людей с похожими интересами и взглядами) 53,5 %, однако 38,5 % не руководствуются этим критерием при выборе сообществ.

При этом с утверждением о том, что они чаще комментируют посты, которые вызывают раздражение и гнев, категорически не согласны 78,5 %, а согласны с этим утверждением полностью либо частично 14,4 %. Лайки в знак одобрения и поддержки ставят 46,5 % опрошенных. Лайк означает разные эмоции у 27,8 %, а 25,7 % никогда не ставят лайков.

Полезным и ценным для себя общение в сети Интернет с людьми, которых не знают в жизни, студенты СПбУТУиЭ не считают. Лишь 16 % согласились с этим утверждением, еще 38 % признали частичную пользу такого общения, 33 % категорически не согласны признать общение с сетевыми незнакомцами полезным, 13 % затрудняются с ответом на данный вопрос. К тому же две трети первокурсников признали, что на их выбор круга общения и характера контента в сети Интернет влияют друзья в действительности. 16,9 % согласны с этим утверждением полностью, 44,2 % — частично. Треть опрошенных (32,2 %) с этим не согласны, выбирают пользовательский контент самостоятельно.

Важным видится то, что у значительной части молодежи сформировано представление о небезопасности цифрового пространства. Так, с утверждением о том, что «интернет мне кажется более безопасным местом для общения, так как позволяет лучше контролировать свои действия, чем офлайн», категорически не согласны 48,5 %. Согласны полностью поверить в безопасность онлайн-общения в Сети лишь 10,1 %, еще 32 % согласны с этим частично. В развернутых ответах об опасности интернета студенты указали:

- *«Я боюсь быть жертвой мошенничества или кибератак».*
- *«Я боюсь потерять контроль над своей сетевой идентичностью и стать объектом ненужных комментариев или негативного внимания. Я также боюсь, что моя приватность может быть нарушена и мои личные данные могут попасть в неправильные руки».*
- *«Больше всего я боюсь попасться на различные скам-ссылки, которые могут украсть твои данные, а потом их продадут, я стараюсь соблюдать информационную безопасность, обновлять свой антивирус, но иногда бывает такое, что близкого друга взломали, тебе присылают скам-информацию, а ты с полной уверенностью переходишь, думая, что друг точно не обманет, а потом вы оба оказываетесь без аккаунтов».*
- *«Это современная проблема, которую реально никто не замечает, все выкладывают свои фотографии в соцсети и делают вид, что так и должно быть. Это огромная ошибка для самого человека и огромная находка для интернет-следователей или даже обычных подростков».*
- *«Страх непонимания и конфронтации является неотъемлемой частью онлайн-взаимодействий. Боязнь открыто выразить свое мнение или критику иногда может ограничивать онлайн-активность. Но осознание того, что разнообразие мнений является естественной частью онлайн-сообщества, помогает преодолеть эти барьеры».*

- *«Я боюсь в интернете распространения дезинформации и пропаганды. Я также боюсь, что интернет может стать инструментом для манипулирования людьми».*
- *«Я переживаю за то, что у правительства уже есть все наши данные и переписки, так как некоторые соцсети уже их им предоставили. Я понимаю, к чему такая слежка, но мне она кажется отвратительной».*

Результаты исследования подтверждают предположение о том, что студенческая молодежь осведомлена относительно рисков интернет-коммуникации и старается им противопоставить свою осознанность.

Выводы

В целом гипотезы исследования подтвердились. Будучи полностью погруженными в виртуальный мир, студенты-первокурсники считают интернет и социальные сети безусловным благом, используя их как ресурс для общения, развлечения, образования, самореализации и самовыражения, но стараются разграничить виртуальное и реальное пространство своей жизни.

В сетевой активности молодые пользователи в большей степени — потребители и наблюдатели, нежели создатели. Однако в будущем они планируют наращивать профессиональную сетевую активность, а почти треть опрошенных уже модерировать и администрируют те или иные сообщества в сети. Сетевые образы «аватары», как правило, служат отражением личностных характеристик и особенностей участников интернет-коммуникации и эволюционируют вместе с субъектом. Поведение и коммуникация молодежи офлайн и онлайн в большей степени совпадают, к тому же часто это принципиально.

Студенческая молодежь осведомлена о рисках интернет-коммуникации, старается им противопоставить свою осознанность. В сетевой коммуникации наши респонденты критичны и скрытны (уже знают подводные камни и риски сетевой коммуникации), выстроили свой круг коммуникации (закрытый и компактный). За последние два года характер медиапотребления молодых людей существенно изменился, но они связывают это в большей степени с личной эволюцией, чем с социальными процессами и внешним влиянием на них. Как указала Н. А. Голубева, расширение информационного пространства и социализация — процессы, протекающие одновременно. Средства массовой информации существенно влияют на наше мировоззрение, способствуя присвоению определенных норм и ценностей [9]. Практически все развернутые рефлексии студентов так или иначе иллюстрируют этот тезис.

Важным представляется и то обстоятельство, что в ответах на вопросы первокурсники СПбУТУиЭ в целом подтвердили ряд характеристик, которые исследователи нашли у их ровесников, так называемых представителей поколения Z. В частности, значительная часть опрошенных не согласилась с тем, что интернет для них значимее реального мира, не все из них руководствуются рекомендациями друзей и лидеров мнений. Многие предпочли бы слыть, как в Сети, так и в «реале», общительными, открытыми, что, безусловно, характеризует их как молодых, оптимистичных, здравомыслящих и дружелюбных, отчетливо осознающих необходимость самоконтроля за коммуникацией в Сети ввиду наличия внешних ограничений и регуляторов.

Представляется, что именно в данном направлении исследования и будут продолжены. Речь идет о вопросах влияния Сети на нормы, ценности и, как следствие, на решения и выбор поведения в реальной жизни под влиянием интернета.

Список источников

1. Медиапотребление «цифровой молодежи» в России: монография / под ред. Д. В. Дунаса. М.: Факультет журналистики МГУ: Изд-во Московского университета, 2021. 406 с.
2. Шеболкина Е. П., Красикова Н. В. Тренды и мотивационные факторы медиапотребления студентов Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики в 2022–2023 гг.: результаты пилотного социологического исследования // Социология и право. 2023. Т. 15. № 1. С. 70–78. DOI: 10.35854/2219-6242-2023-1-70-78
3. Шеболкина Е. П., Красикова Н. В. Оценка феномена «культуры отмены» студенческой молодежью // Социология и право. 2023. Т. 15. № 2. С. 217–229. DOI: 10.35854/2219-6242-2023-2-217-229
4. Целютина Т. В., Колесникова Н. И. Ценности поколения зумеров: профессиональная деятельность и социальная ответственность // Экономико-управленческий конгресс: сб. ст. по материалам Междунар. науч.-практ. мероприятия НИУ «БелГУ» (Белгород, 10–11 ноября 2022 г.) / отв. ред. В. М. Захаров. Белгород: Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2022. С. 418–424.
5. Борзилов М. Поколение Z: во что превратятся современные школьники и кто в этом виноват // МК в Питере. 2021. 25 ноября. URL: <https://spb.mk.ru/social/2021/11/25/pokolenie-z-vo-chto-prevratyatsya-sovremennye-shkolniki-i-kto-v-etom-vinovat.html> (дата обращения: 20.04.2024).
6. Богачева Н. В., Сивак Е. В. Мифы о «поколении Z»: доклад // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». 2019. 15 мая. URL: <https://ioe.hse.ru/modernchildhood/news/311545261.html?ysclid=lzsa5wv63r894087165> (дата обращения: 20.04.2024).
7. Войскунский А. Е., Евдокименко А. С., Федунина Н. Ю. Сетевая и реальная идентичность. Сравнительные исследования // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2013. Т. 10. № 2. С. 98–121.
8. Фленина Т. А. Смысловая структура сетевой идентичности личности современной молодежи: автореф. дис. ... канд. психол. наук. СПб., 2016. 32 с.
9. Голубева Н. А. Особенности цифровой идентичности подростков и молодежи в современном технологическом обществе // Вестник РГГУ. Серия: Психология. Педагогика. Образование. 2020. № 1. С. 130–150. DOI: 10.28995/2073-6398-2020-1-130-150

References

1. Dunas D.V., ed. Media consumption of “digital youth” in Russia. Moscow: Moscow University Publ.; 2021. 406 p. (In Russ.).
2. Shebolkina E.P., Krasikova N.V. Trends and motivational factors of media consumption of students of the St. Petersburg University of Management and Economics Technologies in 2022-2023: Results of a pilot sociological study. *Sotsiologiya i pravo = Sociology and Law*. 2023;15(1):70-78. (In Russ.). DOI: 10.35854/2219-6242-2023-1-70-78
3. Shebolkina E.P., Krasikova N.V. Assessment of the phenomenon of “cancellation culture” by student youth. *Sotsiologiya i pravo = Sociology and Law*. 2023;15(2):217-229. (In Russ.). DOI: 10.35854/2219-6242-2023-2-217-229
4. Tselyutina T.V., Kolesnikova N.I. Values of the Zoomer generation: Professional activity and social responsibility. In: Zakharov V.M., ed. Economic and management congress. Proc. Int. sci.-pract. event of Belgorod State National Research University (Belgorod, November 10-11, 2022). Belgorod: Belgorod State National Research University; 2022:418-424. (In Russ.).
5. Borzilov M. Generation Z: What will modern schoolchildren become and who is to blame for this. *MK v Pitere*. Nov. 25, 2021. URL: <https://spb.mk.ru/social/2021/11/25/pokolenie-z-vo-chto-prevratyatsya-sovremennye-shkolniki-i-kto-v-etom-vinovat.html> (accessed on 20.04.2024). (In Russ.).
6. Bogacheva N.V., Sivak E.V. Myths about Generation Z. NRU HSE. May 15, 2019. URL: <https://ioe.hse.ru/modernchildhood/news/311545261.html?ysclid=lzsa5wv63r894087165> (accessed on 20.04.2024). (In Russ.).

7. Voiskunsky A.E., Evdokimenko A.S., Fedunina N.Yu. Online and real-life identity: A comparative study. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshei shkoly ekonomiki = Psychology. Journal of the Higher School of Economics*. 2013;10(2):98-121. (In Russ.).
8. Flenina T.A. The semantic structure of the network identity of the personality of modern youth. Cand. psychol. sci. diss. Synopsis. St. Petersburg: Herzen University; 2016. 32 p. (In Russ.).
9. Golubeva N.A. Digital identity features of teenagers and youth in modern technological society. *Vestnik RGGU. Seriya: Psikhologiya. Pedagogika. Obrazovanie = RSUH/RGGU Bulletin. Series: Psychology. Pedagogics. Education*. 2020;(1):130-150. (In Russ.). DOI: 10.28995/2073-6398-2020-1-130-150

Информация об авторах

Е. П. Шеболкина — кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью; 190020, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а;

Н. В. Красикова — аспирант, начальник управления рекламы и информационного продвижения; 190020, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а.

Information about the authors

E. P. Shebolkina — PhD in Philology, Associate Professor of PR and Advertising Department; 44A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg 190020, Russia;

N. V. Krasikova — postgraduate student, Head of PR and Advertising; 44A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg 190020, Russia.

Конфликт интересов: авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Conflict of interest: the authors declare no conflict of interest related to the publication of this article.

Статья поступила в редакцию 05.06.2024; одобрена после рецензирования 07.07.2024; принята к публикации 19.09.2024.

The article was submitted 05.06.2024; approved after reviewing 07.07.2024; accepted for publication 19.09.2024.