

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ВИРТУАЛЬНЫХ СРЕДАХ НА САМОИДЕНТИФИКАЦИЮ МОЛОДЁЖИ

Научный руководитель – Аверин Юрий Петрович

Ленёва Юлия Игоревна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра истории и теории социологии, Москва, Россия

E-mail: ulen1995@yandex.ru

Процессы, происходящие с конца 20 по начало 21 века, а именно расширение рамок социального взаимодействия, нарастание популярности виртуальных сетей, Интернета и другие изменения, связанные с постмодернистским преобразованием общества, привели ко множеству изменений в социальной структуре общества и породили многообразие способов самоидентификации. В огромном пространстве возможностей определения самого себя, самоидентификация приобрела флуктуативный, хаотичный характер. Особенно подверженными этому стали молодые люди с наибольшим инновационным потенциалом. Важно отметить, по данным исследовательской компании GfK Rus, к началу 2019 года показатель проникновения Интернета в России в возрастной группе 16-29 лет достиг почти предельного значения и составил 99% [5].

Человек столкнулся с кризисом процесса самоидентификации в многоуровневом идентификационном пространстве. Популярной платформой для представления «Я» становится виртуальная среда, куда переносится большинство контактов индивидов, особенно молодёжи.

Оперативность, мгновенная доступность, наличие профилей, позволяющих идентифицировать личность и получить представление о ней, в совокупности с соблюдением коммуникативной этики Интернета способствуют большему росту доверия именно к сетевым, а не к реальным контактам, что способствует повышению значения виртуального социального капитала, отводя значимости реального социального капитала вторичную роль.

Однако такое видимое разделение реальной и виртуальной жизни в настоящее время может иметь неоднозначное влияние на индивида, так как пользуясь теми возможностями и простотой самопредставления и самоидентификации, которую даёт виртуальное пространство, а также возможностью скрыть истинное «я» в виртуальном мире, успешный человек в сети может иметь совершенно противоположный статус в реальной жизни. Так, Казанский исследовательский университет им. А. Н. Туполева провёл исследование, в котором выявил, что лишь 12% опрошенных молодых людей заполняют блоки с информацией о себе максимально подробно и достоверно, остальные 88% либо заполняют по минимуму, не заполняют вовсе или оставляют недостоверную информацию о себе [2].

Можно сказать, что усложняется ситуация и тем, что в постмодерне сложно вычленишь из хаоса бытия «сущностное Я», потому что оно плюралистическое, а М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Э. Фромм и Г. Маркузе указали вовсе на потерю идентичности и конформизм [4]. В целом, современность можно назвать кризисом идентичности, опираясь на суждения Э. Баумана [1].

Более того, важнейшей проблемой является интернет зависимость, которая тоже оказывает влияние на реальную самооценку индивида. Так, согласно данным экспериментального исследования взаимосвязи интернет-аддикции и личностных особенностей студентов-пользователей Интернета, проведённого Рыжовым В.В. и Телеповой Н.Н., пользователи

с высоким уровнем интернет-аддикции не способны реально оценивать свои возможности, способности и правильно отнестись к себе, как следствие - имеют низкую реальную самооценку[3].

Доклад нацелен на рассмотрение данной проблемы, так как она нуждается во внимании в силу того, что может привести к значительным сложностям в нашем обществе. Так, индивиды могут столкнуться (и уже столкнулись) с искажением представлений друг о друге, что затруднит установление деловых и личных отношений в реальной жизни. Более того, данная проблема может привести к возрастанию психологических сложностей в обществе, так как пересечение реальной и виртуальной жизни может стереть границу между этими средами и исказить в целом представление молодёжи о жизни. Также социализация и накопление социального капитала в виртуальной жизни и апатичность в реальной, может привести к фрустрированности реального общества, то есть к его нездоровому состоянию. Более того, это повлечёт за собой раскол поколений и рост интернет зависимости у молодёжи.

Литература

1. Бауман З. Индивидуализированное общество / Пер с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Логос, 2002. - 390 с.
2. Максимова О. А., Шандрик Е. О. Социальные сети как пространство самоидентификации молодёжи // Вестник экономики, права и социологии. 2016. N 4. С. 246-248.
3. Рыжов В. В., Телепова Н. Н. Информационное пространство Интернета как аддиктивный фактор воздействия на личность // Современные проблемы науки и образования. 2015. N 2-2. - С. 530.
4. Фромм, Э. «Иметь» или «быть» / Э. Фромм. / М.: АСТ, 2008. - 314 с.
5. ГФК-Русь. Проникновение Интернета в России. URL: https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/RU/Documents/Press_Releases/2019/GfK_Rus_Internet_Audience_in_Russia_2018.pdf