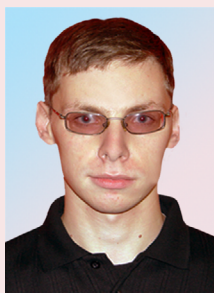


Проявления цифровой социализации в молодежной среде: на данных пилотного опроса старшеклассников



Максим Александрович

ГОЛОВЧИН

Вологодский научный центр Российской академии наук

Вологда, Российская Федерация

e-mail: mag82@mail.ru

ORCID: 0000-0002-7813-5170; ResearcherID: N-1706-2015

Аннотация. В современном мире процессы социализации (формирования личности) постепенно переносятся из офлайн в интернет-пространство. Однако в связи с нарастанием рисков цифровизации эффекты цифровой социализации для представителей молодого поколения становятся предметом полемики среди ученых и представителей общественности. В статье предложена авторская двухступенчатая типология интернет-пользователей, опирающаяся на признаки проявления онлайн-темперамента как поведенческой модели, которая формируется в ходе цифровой социализации. Классификацией предусматривается, что интернет-пользователи выступают носителями ряда признаков частных типов «оппортунист / идеалист» (отражает использование сети для обмана), «энтузиаст / скептик» (доверие / недоверие к контенту), «агрессор / толерантный» (проявление сетевой агрессии), «аддиктивный / автономный» (наличие сетевой зависимости). Сочетание признаков частных типов указывает на общие типы пользователей (адаптивный, замещающий, пассивный), которые отражают результаты цифровой социализации и сетевой аккультурации. Предложен алгоритм выявления типов интернет-пользователей в ходе социологического исследования. Апробация предлагаемого решения в рамках разведывательно-го исследования (на примере пилотной группы, сформированной из числа школьников города Вологды) позволила сформулировать рабочие гипотезы о разнообразном влиянии цифровой социализации на современных школьников; динамичности, неустойчивости и гибкости модели поведения представителей молодого поколения в интернете; тесной связи социализирующего

Для цитирования: Головчин М.А. (2022). Проявления цифровой социализации в молодежной среде: на данных пилотного опроса старшеклассников // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 15. № 5. С. 237–256. DOI: 10.15838/esc.2022.5.83.13

For citation: Golovchin M.A. (2022). Manifestations of digital socialization among young people: Findings of a pilot survey of high school students. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 15(5), 237–256. DOI: 10.15838/esc.2022.5.83.13

влияния Интернета с уровнем формирования межличностной коммуникации. Гипотезы будут учтены в ходе развития тематики исследования. В статье предложена модель организации цифровой социализации на основе гармонизации интересов максимально широкого круга агентов. Результаты исследования могут применяться при формировании стратегических планов развития цифровой отрасли и образовательной политики. Научная новизна исследования состоит в разработке нового методологического решения для использования в процессе обобщения социализирующего влияния интернет-среды.

Ключевые слова: цифровая социализация, ожидаемая социализация, неожиданная социализация, сетевая аккумуляция, типология пользователей, социологический опрос.

Введение

Цифровизация ставит новые вызовы не только для экономики и общества, но и для социализации как сложного интерактивного процесса организации человеком взаимодействия со своим окружением, посредством которого в свою очередь развивается личность (Гунина, Дудина, 2020). Процесс социализации в ходе формирования установок, ценностей, действий и поведения превращает человека в существо общественное, в результате чего проявляются социальная интеграция и идентичность личности¹. Механизм социализации основан на синергии индивидуальных характеристик личности (пол, возраст, характер и т. д.), методов и форм передачи информации (язык, механизмы контроля, практика воспитания и т. д.), а также структур культуры поведения (общественные роли, социальный статус, мораль, этика и т. д.) (Pescaru, 2018).

Феномен социализации в науке интерпретируется с точки зрения разных теоретических подходов. Каждый из них представляет это явление в терминах определенного процесса: биогенетического; социогенетического; интеракционистского; социально-экологического; познавательного; освоения социальности в ходе взаимодействия со «значимыми другими» в рамках индивидуальных тезаурусных конфигураций знаний и установок; присвоения и усвоения социального опыта, отличающихся разнонаправленной динамикой прогрессивного и регрессивного развития личности, и т. д. (Луков, 2002; Шамионов, 2013). Мнения представителей разных подходов объединяет то, что

в рамках задач социализации они все выделяют важность передачи социально значимой информации от одного субъекта другому. Разница состоит в сущности этой информации (социальные знания, социальные роли, социальный опыт, культурные ценности, моральные и этические нормы, тезаурусы и т. д.).

Задачи социализации выполняются социальными институтами как совокупностью ролей и статусов (по терминологии Н. Смелзера), а также агентами как обладателями определенных ролей и статусов (Щеглов, 2016). К агентам первичной социализации (традиционным агентам) обычно относят родителей, педагогов, наставников, воспитателей, тренеров, а к агентам вторичной социализации (вторичной группе) — работодателей, чиновников, представителей государственных, силовых структур, политических партий, церкви, а также средств массовой информации. В последнее время в науке распространилось мнение о том, что роль институтов вторичной социализации активно выполняют коммуникативные платформы в сети Интернет (Прохорова, 2019).

Особое значение социализация имеет для людей молодого возраста, поскольку ребенок рождается и растет в социальной среде, а молодой человек, как никто другой, чувствует постоянную потребность находиться в сообществе людей (Schiori, Verza, 1995). Период детского развития (до 17 лет по периодизации Л.С. Выготского) относится к этапу первичной социализации — одной из самых активных фаз данного процесса. В это время ребенок становится полноценной личностью и членом общества, а позже (на этапе вторичной социализации) усваивает специфические социальные роли (Фолиева, 2012).

¹ Mishra P. (2021). Socialization's Effect on Personality Development. *Indian Journal of Law and Social Sciences*. Vol. 1. Issue 1. URL: <https://www.ijlss.cslr.in/2021/11/socializations-effect-on-personality.html>

Социализация, как и обучение, является двусторонним (субъект-субъектным) процессом. В ходе социализации формирование личности происходит в рамках активного использования норм, знаков, имитации, копирования, идентификации, адаптации, эмпатии, внушения; в ходе обучения – за счет использования образовательных средств и методов (Хлебодарова, 2010). Также принципиальным отличием социализации от обучения является ее итоговый результат. Ожидаемый результат обучения относится к сфере знаний, а ожидаемый результат социализации – к личностной сфере (ценности, установки, ориентации и т. д.). Поэтому можно говорить о двух видах социализации – ожидаемой (социально одобряемой) и неожиданной (имеющей эффект, противоположный заданному) (Фолиева, 2012).

В современном мире результаты ожидаемой социализации подвергаются значительным трансформациям, поскольку человек вынужден социализироваться в пространстве двух миров – реального и виртуального (Ершова, 2019). По мнению профессора МГУ им. М.В. Ломоносова Г.У. Солдатовой, «ИКТ сегодня – важнейший агент социализации, который начинает конкурировать с семьей и школой» (Солдатова, 2018). В отношении влияния сетевой среды на социализацию в науке закрепился термин «цифровая (информационная или кибер) социализация», под которой обычно понимают опосредованный всеми доступными цифровыми технологиями процесс овладения и присвоения человеком социального опыта, приобретаемого в онлайн-контекстах (Солдатова, 2018); непрерывный процесс приобщения личности к ценностям цифрового общества, цифровой культуры, формирования цифровой компетенции и адаптации в цифровой среде (Гревцева, 2022); локальный процесс качественных изменений структуры личности, происходящий в процессе использования ею ресурсов и коммуникации с агентами, встречающимися человеку в глобальной сети Интернет (Плешаков, 2012). В цифровой социализации выделяется четыре процессных компонента: цифровая культура (идеологические и организационные ценности), цифровое обучение (цифровые грамотность и навыки), цифровое развитие личности (цифровая личность, цифровая репутация), цифровое воспитание (Дудина, 2021).

Строго говоря, к понятию «цифровая социализация» в науке существует три подхода: 1) *фундаментальный* (Е.В. Морозова, Н.В. Плотицкина, К.И. Попова), который усматривает в этом процессе интернализацию (освоение) внешних практик, норм, правил, ролей сетевого общества, внедрение в систему жизненных ценностей образцов мировой культуры (Морозова и др., 2019); 2) *широкий* (Н.А. Голубева, В.А. Плешаков и т. д.), который признает за диджитал-миром неограниченную самостоятельность в формировании норм и ценностей, присущих современному обществу (Голубева, 2020); 3) *узкий* (Г.А. Стародубцева), который в цифровой социализации видит не более чем расширение функционала традиционной социализации, т. е. той, что реализуется за счет приложения усилий институтов семьи и образования (Стародубцева, 2021). В частности, Д.Ж. Сатклифф в рамках концепции социального мозга подчеркивал неразрывную связь между онлайн- и офлайн-социализацией (Sutcliffe et al., 2018).

К преимуществам цифровой социализации обычно относят возможности формирования Интернетом нового стиля коммуникации, предполагающей независимость, автономию, эмоциональную и интеллектуальную открытость, инновативность; создание в цифровом пространстве новых путей формирования идентичности и индивидуальности, приводящих к росту самоуважения (Tapscott, Barry, 2009). Благодаря активности Интернета как агента социализации в процессе формирования личности человека появляются новые тренды – персонализация, геймификация (Гревцева, 2022) и т. д. При этом, как утверждают ученые, эффекты цифровой социализации наиболее результативны, если социализирующиеся имеют мотивы обретения зрелости и общественного статуса (Smith et al., 2015).

В науке не раз подчеркивалась значимость цифровой социализации для детского и юношеского возраста. В частности, Сьюзан Дж. Дэнби из Технологического университета Квинслэнда (Австралия) пишет о новом социокультурном феномене «цифрового детства» как об особом историческом типе детства (Danby et al., 2018). М. Пренски говорил о представителях молодого поколения как о «цифровых аборигенах», которые имеют врожденное, а не приоб-

ретенное знание о цифровых технологиях, являются носителями особого (цифрового) языка, быстро привыкают к миру гаджетов, видеоигр и социальных сетей. «Цифровым аборигенам» он противопоставляет «цифровых иммигрантов» — поколение, родившееся до широкого внедрения цифровых технологий (Prensky, 2001). Действительно, по данным исследований, в мире 87% подростков в возрасте 13–17 лет имеют доступ к компьютеру, 58% — к планшетным устройствам, более 90% активны в социальных сетях (Ромм, Ромм, 2021). Для справки: согласно данным Лаборатории Касперского, дети из России проводят в Интернете сравнительно больше времени, чем их ровесники из зарубежных стран: 56% несовершеннолетних россиян проводят в сети почти весь день, в Европе — 51%, в США — 40% (Бочавер и др., 2019). При этом в наиболее развитых регионах страны охват населения Интернетом превышает 90%, а социальными медиа — 70% (Кожевников, Масликов, 2020).

Часто можно встретить мнение о том, что классические методы социализации в случае с «цифровыми аборигенами» в современном мире не работают (Игнатова, 2017). Сторонники М. Пренски придерживаются точки зрения, что молодое поколение в процессе цифровой социализации формирует сетевое мышление, которое коренным образом меняет видение мира и человеческих отношений². Особняком в этом дискурсе стоит идея о «цифровой личности» как ментальной структуре, которая в фундаментальном плане формируется у ребенка в ходе цифровой социализации. Цифровая личность проявляется в процессе интернет-общения; обладает свободой входа и выхода из коммуникативного пространства, а также глобальной, неопределенно множественной адресацией; отличается имediatностью (реагирует мгновенно, по принципу «здесь и сейчас»); обладает возможностью «экстензии» (создает желаемый образ, придавая при этом особую значимость отдельным фактам) (Попова, 2019).

Формирование нового типа личности в процессе цифровой социализации отражается на культуре общества. Так, Ю.А. Косик вводит в научный оборот термин «онлайн-аккультура-

ция», под которой понимается процесс длительного взаимодействия личности с ресурсами глобальной сети, в результате чего происходят качественные изменения в сознании, опосредованные асинхронностью, апостранственностью, динамичностью, интерактивностью и вариативностью. Трансформациям в этом случае подвергаются ценности личности, свободы и независимости, знания и образования, самореализации, духовного развития, социальных контактов, материального богатства и самовыражения (Косик, 2015).

В научной литературе часто обсуждаются достоинства социализирующего потенциала цифровой среды. В.А. Плешаков пишет о том, что жизнедеятельность в киберпространстве особенно важна для тех, чья реальная жизнь по тем или иным обстоятельствам межличностно обеднена, что позволяет рассматривать Интернет в качестве альтернативы непосредственного (реального) окружения, некоей квазисоциализирующей средой (Плешаков, 2009). Таким образом, цифровая социализация для современного ребенка необходима как ресурс, позволяющий молодым людям строить свою идентичность и компенсировать дефицит в других областях социальной реальности (Авдулова, 2011).

В то же время у целого ряда ученых цифровая социализация вызывает опасения, связанные с объективными рисками цифровизации для развития человека. Так, Б. Зизек считает, что взаимодействию в сети критически не хватает ключевых качеств социализирующего воздействия на личность, поскольку оно является «непривязанным, отфильтрованным и несостоятельным» (Zizek, 2017). По мнению ученого, агенты цифровой социализации подростка — это прежде всего анонимные собеседники, которые обычно выражают уверенность в том, что должны участвовать во взаимодействии поверхностно и без какого-либо серьезного воздействия на личность. В этом плане цифровая социализация никак не может конкурировать с традиционными формами процесса формирования личности. Ю.Н. Коротышева выделяет такие минусы цифровой социализации, как риск отрицательного результата (развитие жестокости, страхи, психологические травмы, нанесенные психике ребенка при посещении сомнительных сайтов); снижение умственной активности (из-за быстрой утомляемости

² Cornu B. Digital natives: How do they learn? How to teach them? Policy brief. September 2011. Available at: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216681>

от экрана), которая порождает клиповость мышления³. Т.А. Ромм и М.В. Ромм считают, что ключевым вопросом цифровой социализации является вопрос о сочетании традиционных ценностей с ценностями диджитал-культуры, зачастую сопровождающейся агрессией и жестокостью (Ромм, Ромм, 2021).

На основании массового опроса школьников в возрасте 10–17 лет ученые сделали вывод о том, что Интернет сузил информационное пространство российских подростков до одного-двух каналов коммуникации, в результате чего происходит девальвация большинства существующих источников информации об окружающем мире в сознании детей (Цымбаленко и др., 2012). Негативное влияние интернет-активности на социальное настроение (Головчин, 2019) и культуру (Головчин, 2022) подтверждается выводами региональных исследований.

Таким образом, на современном этапе развития науки из-за отсутствия четкой позиции по поводу результатов цифровой социализации в исследовательском поле сформировалось противоречие, не позволяющее однозначно трактовать положительные и отрицательные стороны социализирующего эффекта интернет-среды. Это противоречие состоит в одномоментном принятии как преимуществ, так и рисков подобного формата социализации без четкого понимания механизмов воздействия глобальной сети на личность. Более того, это противоречие формирует гипертрофированные мифы как о безусловной пользе влияния глобальной сети на молодежь (к которым можно отнести концепцию цифрового детства и киберсоциализации, а также позицию «цифровизацию уже не остановить!»), так и его безусловном вреде (сравнение интернета с «цифровым лагерем»). В итоге отсутствие общественного консенсуса по обозначенным вопросам затрудняет понимание перспектив развития социализации в современном мире, адаптации к нему молодого поколения.

В исследовании мы намерены внести свой вклад в полемику о социализирующей роли сети Интернет для детей и подростков. Мы

придерживаемся узкого подхода к изучению этого явления, согласно которому в цифровом мире реализуется неполный (усеченный) процесс социализации. С нашей точки зрения, цифровая социализация не призвана создавать новые ценности и нормы (за которые несут ответственность семья и образование), но благодаря репрезентативности интернет-сообщества мощно воздействует на сферу поведения пользователя, формируя определенную модель установок и реакций. В этом плане наш взгляд согласуется с концепцией о том, что цифровая социализация лишь дополняет качества традиционной социализации, является надстройкой этого процесса.

Таким образом, в рамках нашего исследования цифровая социализация — это процесс формирования личности, детерминированный целенаправленным воздействием как со стороны семьи и образования, так и интернет-среды. Воздействие интернет-среды включает в себя формирование моделей поведения личности в сети. Это воздействие дополняет формирующее влияние первичных агентов социализации, которые создают универсальные ценности, нормы и культурные образцы, а также реализуется во взаимодействии с этими агентами.

Мы рассматриваем некий идеальный сценарий протекания процесса цифровой социализации, допуская, что цифровая социализация может базироваться на совместных усилиях традиционных агентов и интернет-сообщества, направленных на формирование выверенных образцов поведения в условиях виртуальной реальности. От того, реализуется или не реализуется этот сценарий, напрямую зависят итоги социализации как процесса. Другими словами, в идеале в процессе цифровой социализации должна быть задействована как онлайн-, так и офлайн-среда. Альянс традиционных агентов и интернет-сообщества обеспечивает ожидаемую социализацию, а замещение ролей одного агента другим — неожиданную. Ниже представлено концептуальное понимание природы объекта нашего исследования (табл. 1).

В процессе цифровой социализации, как и в процессе социализации вообще, участвуют личность (объект), агент(ы) и референтный образец, подражание которому формирует в сознании личности целостную картину мира.

³ Коротышева Ю.Н. Цифровое воспитание. Риски и опасности цифрового детства. URL: <https://spb.hse.ru/mirror/pubs/share/356124886.pdf>

Таблица 1. Концептуальная модель цифровой социализации

Среда	Объект	Институт	Агент	Функция	Механизм	Ценности	Нормы	Образец для поведения	Результат
Офлайн		Семья	Родители	Формирование базы для цифровой социализации путем ретрансляции норм, смыслов, ограничений	Традиционный (стихийный)	Саморегуляция, стимулирование, безопасность, достижение и т. д.	Общепринятые правила социальной жизни	Маскулинность, феминность и т. д.	Формирование основы для ожидаемой социализации: универсальные ценности, нормы и образцы поведения
		Образование	Педагоги						
Онлайн	Личность	Интернет	Пользователи сети, сетевое сообщество	Адаптация общепринятых ценностей, норм и образцов (базы для социализации) к условиям интернет-среды в ходе общения с социально значимыми представителями сетевого сообщества	Межличностный, стилизованный	Безопасность в использовании сетевой информации; автономность от влияния виртуального мира на межличностные отношения в «реале»	Сознательный запрет на использование сети для обмана и сетевой агрессии	Иммедиа-тивность, трансцендуальность, мобильность и т. д.	Критическое отношение к интернет-контенту; ограничение к использованию интернета для обмана; понимание рисков интернет-активности в отношении психики; конструктивное отношение к общению в сети

Источник: составлено автором.

В итоге объект либо четко отделяет правила виртуального мира от своей реальной жизни, либо интегрирует их. В последнем случае он замещает реальность, которая по тем или иным причинам его не устраивает. В этом плане важно понять, какие поведенческие модели воспринимает молодежь в онлайн-среде, как она на них реагирует, а также какому типу социализации соответствует этот процесс – ожидаемому или неожиданному. Ожидаемая цифровая социализация, по нашему мнению, должна быть направлена на формирование технологических условий для адаптации личности к вызовам современного мира посредством создания площадки для дистанционного взаимодействия пользователей сети (прежде всего в формате общения) с условием максимального расширения числа задействованных в этом процессе лиц. Неожиданная – связана с рисками цифровизации для подрастающего поколения и приводит к появлению гибридного типа саморегуляции у молодежи (основанного на наслаивании противоположных образцов, ценностей и норм в единый ментальный комплекс).

Цель исследования – разработать типологию интернет-пользователей, которая описы-

вает различные проявления ожидаемой и не-ожидаемой цифровой социализации в молодежной среде. Для реализации поставленной цели выполнены следующие задачи: обобщены представления о типологиях интернет-пользователей, сформированных в науке; разработаны авторская типология интернет-пользователей и алгоритм исследовательских шагов по определению онлайн-темперамента у представителей молодого поколения; проведена апробация типологии на данных разведывательного социологического исследования; сформулированы рабочие гипотезы о специфике поведения представителей молодежи в сети Интернет. В рамках разведывательного этапа исследования проводились поиск методологического решения по классификации интернет-пользователей и проверка этого решения на прочность. Мы предлагаем новый научный результат – авторскую типологию интернет-пользователей, которую можно будет применять для обобщения социализирующего влияния интернета на молодое поколение, а также выявления характера воздействия этого влияния на коммуникативные способности, которые важны для адаптации населения к условиям BANI-мира.

Методология исследования

Попытки классификации пользователей сети в науке начались относительно недавно. Наиболее раннюю и подробную классификацию предложил в 2011 году американский социолог Б. Солис. Он выделил восемнадцать различных типов пользователей на основании типовых стратегий, которые используются в рамках общения в социальных сетях: самопрезентация, прагматическая, риторическая, диалоговая, семантическая, дискредитационная⁴. Позднее традицию составления подобных типологий подхватили другие ученые. Каждый из них старается строить свои представления на одном или нескольких признаках интернет-активности пользователей: цели, мотивы, интенсивность использования сети, самопрезентация в сети и т. д.

Опыт составления типологий пользователей указывает на ряд важных методологических выводов. Во-первых, ученые признают, что пользователь в сети может быть как активен, так

и полностью пассивен (т. е. находиться в сети формально). Во-вторых, наряду с универсальными типологиями есть те, которые учитывают возрастные особенности пользователей (В.С. Собкин, А.В. Федотова, Г.У. Солдатова). В-третьих, типологии практически не рассматривают влияние цифровой социализации — группируют пользователей, исходя из целей и мотивов использования интернета, а не возможных результатов в отношении влияния на поведение и характер личности. Авторы типологий склонны уходить от учета социализирующих эффектов цифровизации и в целом недооценивают это явление. Используемые в качестве оснований для классификации психологические категории (мотивация, агрессия, креативность, лидерство, доверие и т. д.) применяются вне контекста цифровой социализации. Эта недооценка, с нашей точки зрения, пока не позволяет полноценно использовать разработанные классификации для оценки воздействия Интернета на молодое поколение (табл. 2).

Таблица 2. Типологии интернет-пользователей в научной литературе

Автор	Основание для типологии	Тип пользователя
Б. Солис	Стратегия общения в социальных сетях	Доброжелатель, решатель проблем, комментатор, исследователь, собеседник, куратор, производитель, вещатель, маркетолог, веб-звезда, эгокастер, селф-промоутер, наблюдатель, карьерист, «ЧМИ» (чрезвычайно много информации), спамер, личер, жалобщик
Master Card Digital Sharing and Trust Project	Экономические мотивы пользователей	Открытые пользователи, сетевые собеседники, целенаправленные покупатели, пассивные пользователи, проактивные защитники
WEB-Index	Используемое для выхода в сеть устройство	Десктоп-пользователи; мобайл-пользователи
First Direct, Э. Зекман	Закономерности активности в социальных сетях	Ультрас (одержимые), случайные, отрицающие, новички, наблюдатели, павлины, крикуны, перевертыши, призраки, информаторы, спрашивающие, ищущие одобрения
О.Н. Кондратьева	Компетентность / некомпетентность	Опытные пользователи («серферы»), ощущающие себя в интернете «как дома» («жители»), и неумелые пользователи («заблудившиеся путники»)
	Молодость / зрелость	Молодые пользователи («аборигены») и возрастные («иммигранты»)
	Агрессор / жертва	Виртуальные агрессоры («пауки»), их жертвы («мухи») и легко поддающиеся манипуляции пользователи («хомячки»)
	Креативность / копиальность	Креативные, создающие новый контент («пауки»), и пассивные потребители чужого контента («мухи»)

⁴ Solis B. Digital transformation: Executives need a sense of urgency to compete against digital natives. Available at: <https://www.briansolis.com/2019/11/digital-transformation-executives-need-a-sense-of-urgency-to-compete-against-digital-natives>

Окончание таблицы 2

Автор	Основание для типологии	Тип пользователя
Е.В. Лазуткина	Лидерство во мнении	Пользователь, получивший популярность в офлайн-среде; автор-эксперт (предоставляющий новостную информацию узкой тематики); пользователь, получивший популярность в онлайн-среде
А. Морозова	Уровень медиаактивности	Медиамейкер, юзермейкер, юзер
Ю.А. Косик	Общая цель использования Интернета	Потребительский, коммуникативный, продуктивный
В.С. Собкин А.В. Федотова	Мотивация использования Интернета	Пользователи, мотивированные стремлением к психологической компенсации, уходом от конфликтов и сложностей в реальной жизни, желанием самовыражения и потребностью расширения своих культурных и экономических возможностей; пользователи, ориентированные на поддержание реального общения, обусловленного интересом к самопрезентации в сети
Е.В. Бродовская А.Ю. Домбровская	Интенсивность использования сети; использование Интернета для коммуникации; интенсивность создания контента; типы предпочитаемого контента; уровень доверия к контенту	Человек информационный, человек развлекающийся, человек прагматичный, человек традиционный, человек неинформационный
Г.У. Солдатова Т.А. Нестик Е.И. Рассказова Е.Ю. Зотова	Цели активности в интернет-среде	Универсалы, игроки, сетевые читатели, коммуникаторы, ориентированные на обучение
Р.В. Brandtzaeg	Цели использования сети (прокрастинация, общение, полемика, самореализация)	Спорадические, скрытные, социализаторы, спорщики, активисты
Е. Ortega и др.	Ресурсы, которые применяются пользователями (интернет-услуги, ведомственные сервисы и т. д.)	Отстающие, недовольные, опытные, подписчики
J.B. Horrigan	Проявление интереса к определенному контенту	Всеядные, соединители, «тусклые ветераны», производительные, мобильные центристы, «подключенные с трудом», неопытные экспериментаторы, немногочисленные, равнодушные, офлайн-пользователи
S. Livingstone, E. Helsper	Цели использования Интернета (получение информации, медиа и т. д.)	Базовые, умеренные, широкие
C.F. Shih, A. Venkatesh	Разнообразие и степень использования Интернета	Интенсивные, специализированные, неспециализированные, ограниченные

Источники: Косик, 2015; Кондратьева, 2020; Лазуткина, 2017; Морозова, 2018; Собкин, Федотова, 2019; Бродовская, Домбровская, 2014; Солдатова и др., 2013; Brandtzaeg, 2010; Horrigan J.B. A typology of information and communication technology users. Pew Internet report. 2007; Livingstone, Heksper, 2007; Ortega et al., 2007; Shih, Venkatech, 2004; Solis B. Digital transformation: Executives need a sense of urgency to compete against digital natives. Available at: <https://www.briansolis.com/2019/11/digital-transformation-executives-need-a-sense-of-urgency-to-compete-against-digital-natives>; Онлайн-темперамент: типы персоналий в сети. URL: https://www.marketing.spb.ru/mr/social/online_personality_types.htm; Zeckman A. Five social media user types and tips for marketers to connect with each one. Available at: <https://www.toprankblog.com/2012/11/5-social-media-user-types/>

В рамках нашего подхода к категории «цифровая социализация» была разработана авторская типология интернет-пользователей. Отличие авторского решения от существующих в науке типологий интернет-пользователей состоит в учете социализирующих эффектов сетевой среды. В основу типологии была положена категория «онлайн-темперамент», которая еще не до конца проработана в науке. Под онлайн-

темпераментом мы понимаем базовую детерминанту поведения представителей молодого поколения в сети Интернет, которая формируется как в процессе ожидаемой, так и неожиданной цифровой социализации и отражает результат этого процесса в категориях типов интернет-пользователей. На основании концептуального понимания ожидаемых от цифровой социализации результатов были выделены факторы,

определяющие онлайн-темперамент молодежи: доверие к контенту, предлагаемому в Интернете; использование сети для обмана; склонность к сетевой агрессии и интернет-буллингу; стойкая психологическая зависимость от Интернета.

Нами определены восемь частных типов пользователей, попарно связанных между собой тем или иным способом проявления онлайн-темперамента (табл. 3). *Оппортунист* склонен к поиску в Интернете готовых решений образовательных задач и представлении этих решений как своих. *Идеалист* не использует подобные способы. *Энтузиаст* склонен доверять контенту, представленному в сети, как «истине в последней инстанции». *Скептик* проверяет сведения, полученные из Интернета, в альтернативных источниках информации. Признаком *агрессора* является участие в практиках оскорбления и давления на интернет-пользователей посредством сетевого общения, а также стремление выяснять отношения в сети публично. *Толерантный* тип не использует фейковые аккаунты и никнеймы, чтобы оскорблять других пользователей; избегает общения в сети с явными агрессорами. *Аддиктивный* тип проявляет зависимость от Интернета, которая влияет на межличностные взаимоотношения офлайн и выполнение социальных обязанностей. *Автономный* тип более выборочно относится к посещениям сети, не формирует конфликтных ситуаций с окружающими по поводу частоты посещения и просматриваемого контента (Головчин, 2022).

Для установления частных типов предлагаем использовать социологическую анкету, где вопросы скомпонованы в качестве кейсов (практических ситуаций). Необходимо признать, что наиболее деликатным аспектом онлайн-опыта является интернет-зависимость, уровень которой может определить только специалист-психолог в порядке регламентируемых медицинских процедур. Аддиктивный и автономный тип личности интернет-пользователей рекомендуем выделять посредством косвенных вопросов. Они касаются не проявлений аддикции, а воздействия глобальной сети на взаимоотношения в семье: наличие конфликтов с родителями по поводу времени, проведенного в Интернете и просматриваемого контента; пренебрежение общением с родителями, уроками

и домашними делами, чтобы больше времени находиться в сети. В принципе наличие подобных конфликтов будет косвенно указывать на проблемы с сетевой зависимостью.

Согласно нашему подходу в каждом интернет-пользователе могут проявляться черты сразу нескольких частных типов, которые объединяются в единый поведенческий комплекс, отражающий результаты цифровой социализации. Этот комплекс может быть обобщен в трех результирующих типах пользователей: адаптивный, замещающий и пассивный. Так, адаптивный тип объединяет черты идеалиста, скептика, толерантного и автономного пользователя; замещающий тип — черты оппортуниста, энтузиаста, агрессора и аддиктивного пользователя. Пользователи пассивного типа не используют Интернет как площадку для коммуникации, сетевой агрессии, поиска информации. В целом адаптивный тип указывает на то, что в ходе сетевой аккультурации сформировалась личность, воспринимающая виртуальный и реальный мир как самобытные и не зависящие друг от друга явления. Замещающий тип будет указывать на аккультурацию, в ходе которой личность заменяет реальный мир виртуальным. Пассивный тип будет указывать на отсутствие воздействия на личность со стороны цифровой социализации.

В то же время мы отдаем отчет, что существование адаптивного, замещающего и пассивного типа — это некий терминальный случай. Зачастую интернет-пользователь является носителем диаметрально противоположных онлайн-темпераментов, поэтому в исследовании мы предусмотрели как терминальные, так и промежуточные типы интернет-пользователей.

Для определения типов интернет-пользователей в ходе социологического исследования предлагаем следующий алгоритм.

а) Определение на основании обработки эмпирических данных субиндексов, отражающих признак того или иного частного типа пользователя. В рамках этой операции в случае наличия признаков идеалиста, скептика, толерантного и автономного пользователя наблюдению присваивается субиндекс 2; при наличии признаков оппортуниста, энтузиаста, агрессора и аддиктивного пользователя — субиндекс 1. Наблюдения, включающие отказ от ответа, помечаются 0.

Таблица 3. Типология интернет-пользователей по проявлениям онлайн-темперамента среди молодежи

Показатель	Индикатор	Частные типы (отражают влияние онлайн-темперамента)								Общие типы (отражают результат цифровой социализации)			
		Опор- турист	Идеа- лист	Энтузи- аст	Скеп- тик	Агрес- сор	Толе- рант- ный	Адик- тивный	Авто- номный	Адаптив- ный	Замеща- ющий	Пассив- ный	
1. Склонность к использованию сети для обмена	Находит в Интернете готовые работы и сдает их учителю, выдавая за свои (к1)	+	-								-	+	Нет ответа
	Считает, что можно безгранично доверять информации в сети Интернет (к2.1)			+	-						-	+	Нет ответа
2. Склонность доверять сетевому контенту	Чтобы удостовериться в истинности информации из Интернета, находит соответствующую информацию в альтернативных источниках (книга, учебник, журнал, газета и т. д.) (к2.2)			-	+						+	-	Нет ответа
	Считает, что интернет-пространство свободно от ограничений, а для общения в сети не требуются какие-либо правила вежливости (к3.1)					+					-	+	Нет ответа
3. Склонность к сетевой агрессии	Использует псевдоним (никнейм), чтобы можно было писать всё, что захочешь, и при этом о нем не узнал собеседник (к3.2)					+					-	+	Нет ответа
	В конфликтных ситуациях в сети выясняет отношения публично на форуме (к3.3)					+					-	+	Нет ответа
4. Склонность к интернет-аддикции	Использует фейковый аккаунт, для того чтобы оскорблять других людей в социальных сетях (к3.4)					+					-	+	Нет ответа
	Не общается с людьми, оскорбляющими в Интернете, сразу заносит их в «черный список» контактов (к3.5)					-			+		+	-	Нет ответа
4. Склонность к интернет-аддикции	Имеют место конфликты с родителями по поводу времени, проведенного в Интернете (к4.1)										+	-	Нет ответа
	Имеют место конфликты с родителями по поводу контента, просматриваемого в Интернете (к4.2)										+	-	Нет ответа
	Пренебрегает общением с родителями, уроками и домашними делами, чтобы больше времени находить в сети (к4.3)										+	-	Нет ответа
Источник: составлено автором.													

б) Подсчет общего индекса онлайн-темперамента на основе суммы всех субиндексов в диапазоне значений от 0 до 22.

в) Определение общего типа интернет-пользователя на основании интерпретации границ значений индекса онлайн-темперамента:

- адаптивный тип – 22;
- умеренно адаптивный тип – 15–21;
- умеренно замещающий тип – 11–14;
- замещающий тип – 11;
- умеренно пассивный тип – 1–10;
- пассивный тип – 0,0.

Предложенный алгоритм исследовательских операций был апробирован на материалах серии разведывательных социологических опросов. В рамках апробации использовалась пилотная (удобная) выборка⁵. Всего проведено три замера: в сентябре 2020 года в исследовании приняли участие 55 чел., в мае 2021 года – 53 чел., в марте 2022 года – 40 чел. Представители пилотной группы – это дети в возрасте от 15 до 17 лет, обучающиеся в старших классах двух школ города Вологды – МОУ «Средняя школа № 12», МОУ «Средняя школа № 13». Гендерный признак в выборке не учитывался. Для задач апробации (проверка предлагаемого решения) более ценным оказалось включение респондентов в один и тот же образовательный коллектив. В силу применения удобной выборки субъекты опроса отбирались по принципу доступности и близости к исследователю. Выбор возраста респондентов связан с тем, что, по мнению экспертов, именно в этот период происходит наиболее существенное изменение структуры интересов, пересмотр направления и степени включенности в различные компоненты информационного пространства (Авдулова, 2011).

Пилотный опрос проводился в форме раздаточного анкетирования по месту обучения респондентов. На всех этапах опроса использовался один и тот же инструментарий. В анкете представлено 11 кейсовых ситуаций, за-

⁵ Удобная выборка – это вид вероятностной выборки, представляющий результат отбора образцов из генеральной совокупности, при котором процедура выборки соответствует общим требованиям проведения исследования, но при этом не предъявляются требования к репрезентативности выборки и оценки вероятности. Этот тип выборки является наиболее полезным для пробного тестирования.

давался вопрос о том, как респондент обычно поступает в такой ситуации. Заранее оговаривалось, что респондент может не предоставлять ответ, если в такой ситуации ни разу не был по причине отсутствия соответствующего интернет-опыта, аккаунта в социальных сетях, регистрации на форумах и т. д.

Для того чтобы показать надежность и прочность предлагаемого решения, кратко обобщим эмпирические результаты разведывательного исследования.

Результаты исследования

В рамках апробации мы придерживались шагов, соответствующих предложенному алгоритму исследования.

Первый шаг – определение на основе эмпирических данных за 2020–2022 гг. частных типов интернет-пользователей и их динамики. Апробация свидетельствует о том, что в выборке опроса на всех этапах его проведения чаще всего встречался тип автономного и толерантного пользователя с чертами скептика и идеалиста. Другими словами, опрошенные старшеклассники в целом не склонны использовать сеть Интернет для сетевой агрессии и кибербуллинга; не испытывают доверие к информации из интернет-источников; не используют Интернет для максимального упрощения выполнения образовательных задач и обмана. Интернет не мешает им в жизни, не формирует конфликтные ситуации в семье.

С другой стороны, в динамике наблюдаемых показателей значимость доминирующих типов постепенно ослабевает. В частности, за три года замеров пользователи-скептики постепенно замещались энтузиастами, а значит, растет доверие опрошенных школьников к сетевым ресурсам. Толерантные пользователи замещаются агрессорами, следовательно, нормы поведения в Интернете перестают быть для всех однозначными. Идеалисты замещаются оппортунистами, в результате чего использование Интернета для обмана переходит в разряд некой нормы. Однако эти тренды пока не свидетельствуют о перетекании конструктивного отношения к сети в деструктивное, поскольку в динамике не наблюдается замещения автономного типа пользователя на аддиктивный. Сложившаяся ситуация говорит о большей осмысленности роли Интернета как психологической ловушки,

ведущей к смене образа жизни и конфликтам. Так, роль аддиктивного пользователя в 2022 году в выборке является наименее выраженной (11%). Для справки: в 2020 году наименьший удельный вес приходился на тип энтузиаста (7%), а роль аддиктивного пользователя была характерна для 22%.

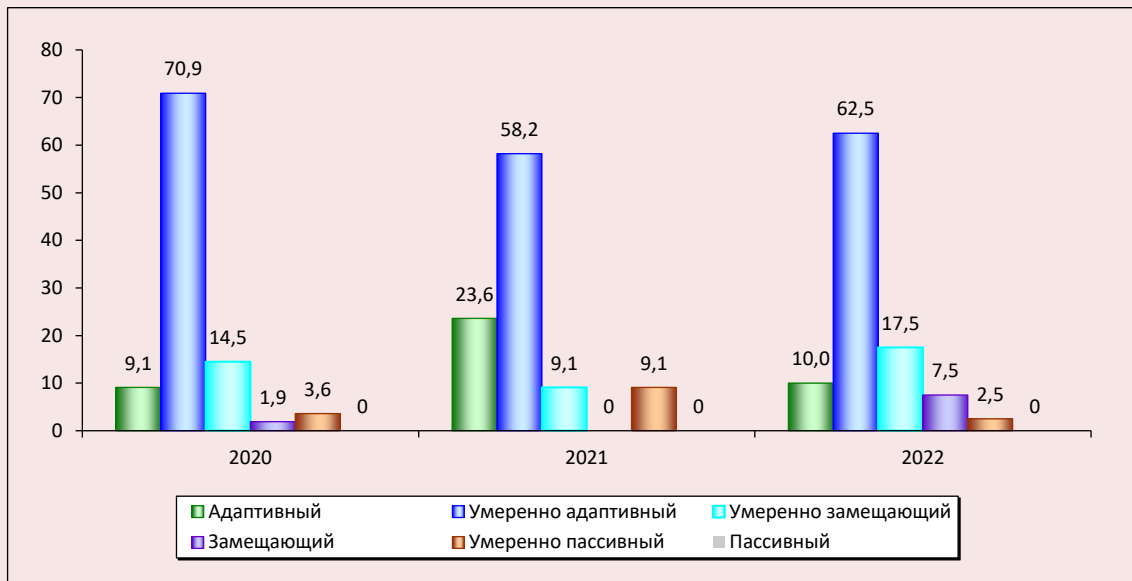
Второй шаг – это оцифровка в виде присвоения отдельным типам интернет-пользователей в выборке субиндексов от 0 до 2. Далее субиндексы суммировались в общий индекс онлайн-темперамента. В результате за каждый год измерений был получен ряд чисел в диапазоне от 0 до 22.

Третий шаг – полученные индексы ранжировались путем перестановки значений от большего к меньшему. В соответствии с границами значений для каждого респондента определялся один из трех общих типов интернет-пользователей. Проведенные обобщения показали, что в выборке на всех этапах исследования наибольшее представительство имеют адаптивные типы интернет-пользователей. Однако со временем состав группы адаптивных пользователей сокращается (с 80 до 73% за 2020–2022 гг.), чему способствует замена в выборке ролей

идеалиста, скептика и толерантного пользователя на оппортуниста, энтузиаста и агрессора. Нисходящий тренд имеет непрерывную динамику: за три года измерений удельный вес представителей адаптивного типа все больше снижается.

В плане дальнейших перспектив цифровой социализации настораживает укрепление позиций терминальной формы замещающего типа (рис. 1). В 2020 году тип чистого замещающего пользователя составлял 2% выборки, в 2021 году его вовсе не наблюдалось, а в 2022 году его доля достигла 8%. Напомним, что эти пользователи испытывают зависимость от посещения Интернета, полностью доверяют информации из сети, используют сетевые ресурсы для обмана и вовлечены в агрессию. Подобные случаи в принципе должны быть очень редкими, а рост показателей может говорить о неоднозначных трансформациях в духовной жизни молодежи. По динамике показателей заметно, что рост терминальной формы происходит не за счет перехода умеренного замещающего типа в чистый замещающий, а путем снижения представленности в выборке адаптивных пользователей.

Рис. 1. Представленность общих типов интернет-пользователей в выборке исследования (2020–2022 гг.), %



Источник: расчеты автора.

Для понимания отношения молодежи к сети Интернет важным является тот факт, что за весь период измерений не было зафиксировано ни одного чистого пассивного пользователя. Доля пользователей умеренно пассивного типа (с индексом меньше 11) критически мала: в 2020 году – 4%, в 2022 году – 2,5%. В той или иной мере опрошенные школьники испытывают на себе влияние цифровой социализации. По существу, за представителями молодого поколения сейчас прочно закреплена роль «цифровых аборигенов».

На данных пилотного замера мы проверили предположение о неоднозначном влиянии типа пользователя обучающейся молодежи (опосредованного онлайн-темпераментом) на уровень коммуникативных способностей личности. В целях оценки уровня коммуникативных способностей мы прибегли к инструментарию, предложенному В.В. Синявским и В.А. Федорошиным для тестирования детей в возрасте старше 14 лет. Ими составлен опросник, в котором коммуникативные способности определяются с помощью ответов на 20 вопросов. Каждый ответ оценивается в баллах по шкале от 0 до 1. Сумма баллов, умноженная на коэффициент 0,05, указывает на определенный уровень сформированности коммуникативных компетенций: высокий (выше 0,65 баллов), средний (0,56–0,65 баллов), низкий (ниже 0,56 баллов). Методика была выбрана по причине того, что она соотнесена с возрастными возможностями старшеклассников, а также беспрепятственно интегрируется в социологическое исследование (Жаворонко, Ниязова, 2022). Вопросы из теста В.В. Синявско-

го и В.А. Федоршина были включены в анкету опроса в 2020 и 2021 гг.

В соответствии с методикой В.В. Синявского и В.А. Федоршина определены уровни коммуникативных способностей у респондентов, попавших в выборку: половина старшеклассников (50%) владеет коммуникативными способностями на высоком уровне, 37% – на низком и 13% – на среднем. Далее выявлялся уровень коммуникативных способностей у разных типов интернет-пользователей (табл. 4). Оказалось, что для представителей всех онлайн-темпераментов более всего характерен высокий уровень коммуникабельности. Однако низкий уровень чаще остальных является отличительным признаком двух групп – замещающих и пассивных пользователей. В целом по структуре коммуникативных способностей группы адаптивных и замещающих пользователей весьма схожи (за исключением представленности высокого уровня коммуникабельности).

В динамике 2020–2021 гг. связь онлайн-темперамента и коммуникабельности становится более устойчивой в группе адаптивных пользователей, но практически не подвергается изменениям в группе замещающих. В группе пассивных пользователей со временем сокращается доля лиц с низким уровнем коммуникативных способностей, что дает возможность говорить о том, что потенциал общения в школьном возрасте может быть реализован и вне сети. Важно отметить, что динамика показателей дает понять – поведенческие модели интернет-пользователей являются гибкими, а не данными раз и навсегда. Это значит, что онлайн-темпераментом вполне можно управлять (изменять).

Таблица 4. Матрица сопоставления общих типов интернет-пользователей с уровнем их коммуникативных способностей, %

Уровень коммуникативных способностей	Адаптивный		Умеренно адаптивный		Умеренно замещающий		Замещающий		Умеренно пассивный		Пассивный	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Высокий	20,0	76,9	43,6	46,9	37,5	60,0	0,0	-	0,0	40,0	-	-
Средний	40,0	0,0	48,7	18,8	12,5	0,0	0,0	-	0,0	20,0	-	-
Низкий	40,0	23,1	7,7	34,4	50,0	40,0	100,0	-	100,0	40,0	-	-

Примечание: вопросы о коммуникативных способностях были включены в анкету в 2020 и 2021 гг. В 2022 году соответствующий блок в анкету не включен.
В 2021 году не было выявлено представителей замещающего типа, а также в целом в исследовании не было выявлено представителей пассивного типа, поэтому в матрице соответствующие значения не представлены.
Источник: расчеты автора.

Обсуждение результатов

В рамках осуществленного этапа научного исследования была предложена авторская типология интернет-пользователей, включая алгоритм исследовательских шагов для классификации представителей молодежи по проявлениям онлайн-темперамента, и разработан научный инструментарий (анкета). Алгоритм апробирован на примере пилотной группы старшеклассников в рамках разведывательного социологического исследования (2020–2022 гг.). В целом апробация показала надежность и прочность предлагаемого методологического решения, а также возможность его применения в ходе долговременных эмпирических замеров.

Перед тем как перейти к рефлексии по поводу полученных эмпирических данных, напомним, что задачей апробации авторской классификации не являлось получение новых знаний о процессе и следствиях цифровой социализации. Мы прежде всего пытались продемонстрировать работоспособность предложенного методологического решения, показать, какие результаты оно может предоставить в рамках применения. Этим было обусловлено проведение апробации на примере весьма ограниченной выборки. В то же время анализ эмпирического материала позволил нам прийти к ряду интересных рабочих гипотез.

В рамках *первой* гипотезы можно предположить, что результаты цифровой социализации, которые выражаются в формировании того или иного типа онлайн-темперамента, являются неодинаковыми для разных пользователей. Безусловно, цифровой мир в подростковом возрасте оказывает влияние на процесс формирования личности и картины мира, но пока сложно однозначно судить, насколько масштабно это влияние и замещает ли Интернет воздействие семьи и образования.

В рамках *второй* гипотезы мы предполагаем, что цифровая социализация не формирует у пользователей жесткие поведенческие модели. Наоборот, отношение к Интернету и его воздействию у молодежи очень динамично меняется (скорее всего, под влиянием традиционных институтов). Это дает основания полагать, что следствиями неожиданной цифровой социализации вполне возможно управлять при

должном уровне контроля со стороны основных акторов.

В рамках *третьей* гипотезы мы пришли к предположению, что социализирующее влияние Интернета, определяемое онлайн-темпераментом, выступает условием формирования межличностной коммуникации как важного социального навыка, но далеко не во всех случаях. На примере пилотной группы заметно, что если в рамках цифровой социализации сформировался тип адаптивного пользователя, то эта связь является более крепкой, чем у замещающих пользователей. Таким образом, в первом случае речь, возможно, идет о результатах ожидаемой социализации, во втором — неожиданной социализации.

Гипотеза об обратной связи результатов цифровой социализации с коммуникативными способностями пользователей пока не подтверждается данными других исследований. Чаще можно встретить утверждение, что сетевое общение не заканчивается на Интернете, а способствует развитию новых форм социальности. Однако такой вывод напрямую связан с вовлеченностью в деятельность сетевых сообществ, а не с итогами цифровой социализации и соответствующими поведенческими реакциями (Цымбаленко и др., 2012). В то же время можно предположить, что тот, кто менее способен к коммуникации офлайн, склонен деструктивно проявлять себя в Интернете — применять агрессивные формы общения; полностью погружаться в интернет-пространство, жертвуя личным временем и гармонией в семье, и т. д. В этой ситуации определенную роль играет социальное окружение. У старшеклассника не получается строить отношения с окружающими, поэтому он больше времени уделяет Интернету, общение в рамках которого не регламентировано четкими правилами и не сопровождается личными контактами. С другой стороны, очевидно, что реальное общение должно стать моделью для онлайн-коммуникации, но далеко не всегда собеседники и ближайшее окружение могут предоставить условия для этого.

Рабочие гипотезы будут использованы для планирования дальнейшего исследования. В связи с полученными в ходе апробации данными для дальнейших научных изысканий актуальными вопросами остаются следующие: с

чем связаны ошибки цифровой социализации? как их преодолеть? Для ответа на них в первую очередь нужно обратиться к характеру общения в сети. Оно отличается следующими чертами: уравнивание в правах участников сетевого сообщества (Масленников, 2009); анонимность и физическая неопределенность; обмен невербальной информацией (что активизирует механизмы стереотипизации и идентификации); добровольность и желаемость контактов; затрудненность эмоционального компонента общения (поскольку эмоции выражаются в знаковой форме); проявление в общении деловых, познавательных, корпоративных мотивов, мотивов самоутверждения, аффилиации, самореализации и развития личности (Жеребин др., 2017); стремление к нетипичному (ненормативному) поведению (Лучинкина, Лучинкина, 2017); особый этикет общения; опыт «потока» (потеря ощущения времени из-за ложного чувства контроля над ситуацией) (Пашковский, 2019). Подобная специфика привлекает прежде всего тех, кто обделен социальным общением в реальной жизни. Интернет помогает им максимально расширить число межличностных контактов, но препятствует эмоциональному восприятию общения, сопереживанию собеседнику, о чем свидетельствуют и данные эмпирических исследований (Zizek, 2017). В этом случае в результате цифровой аккультурации происходит не формирование картины мира, а деструкция нормативности, что выражается в снижении градуса обязательности в отношении выполнения социальных норм. Вследствие этого процесса возникает эффект «разности темпов», когда ускорение в одной сфере жизни приводит к отставанию в другой (Зубок, Любутов, 2021).

Однако главная институциональная ловушка цифровой социализации заключается в том, что организация соответствующего процесса в настоящее время весьма лаконична и упрощена, поскольку предусматривает активность только одного института – Интернета. Семья никак не включена в цифровую социализацию, образование ограничивает свое влияние формированием цифровых навыков. Более того, у традиционных агентов социализации нет четких представлений, каким образом они могут участвовать в формировании цифровой культу-

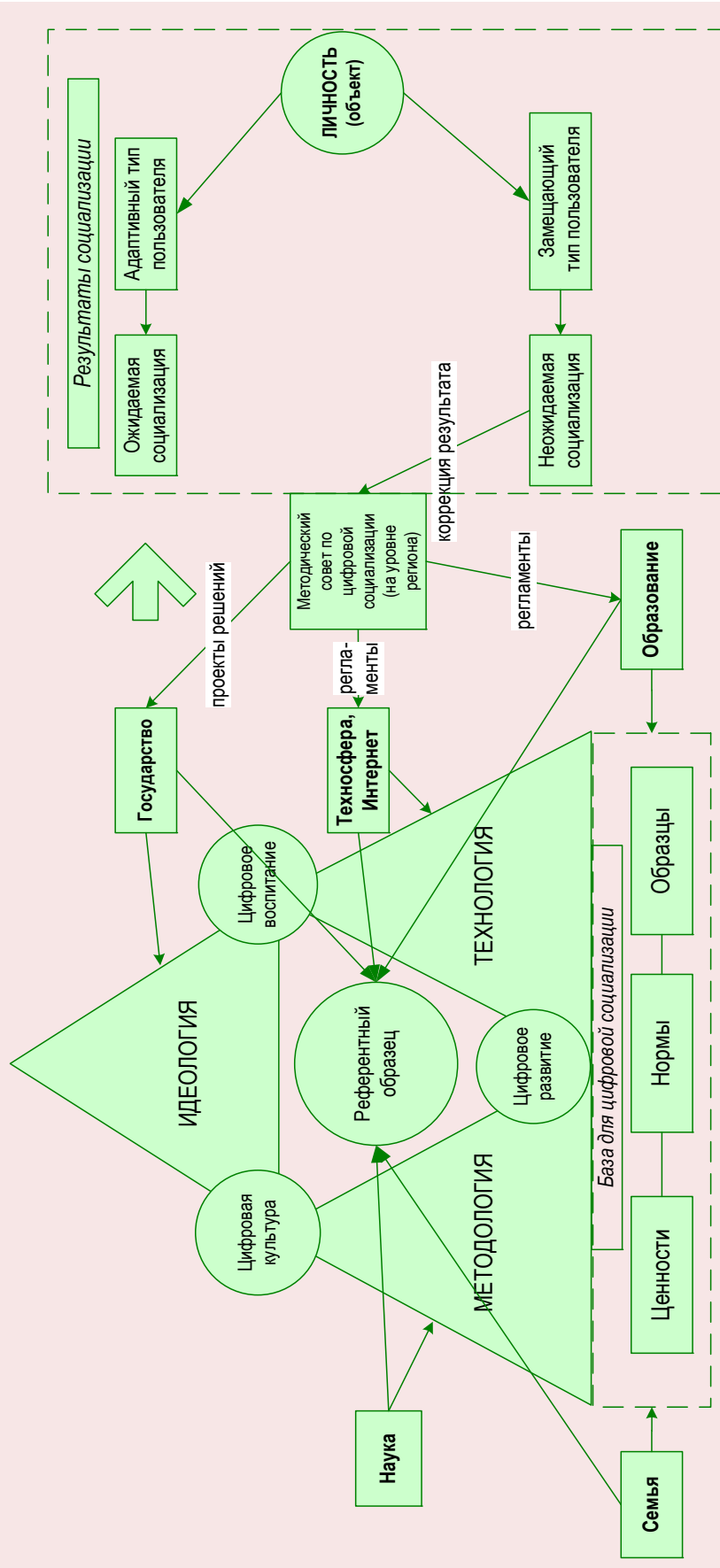
ры, цифрового воспитания и цифрового развития личности. Из-за этого цифровая социализация лишается своего базиса в виде культурных ценностей, норм и образцов.

В рамках этого дискурса нужно затронуть еще один момент. Интернет, как бы это странно ни звучало, до конца не является технологической средой. Для процессов социализации сеть – это прежде всего пользователи, которые в процессе обмена информацией воздействуют на личность человека (блогеры, инфлюенсеры, участники чатов или форумов). Специфика сетевой коммуникации приводит к тому, что пользователи не чувствуют себя в ответе за формирование картины мира в сознании личности. Подобную ситуацию никак не изменить, так как в этом выражается сущность Интернета. Более того, остальные агенты социализации не предоставляют пользователям инструментов для воздействия на личность.

Что в такой ситуации разумно предпринять? Нам кажется абсолютно верной представленная в научной литературе мысль о том, что эффективность программ социализации детей и подростков в современном информационном обществе зависит от согласованности трех элементов: идеологии (зачем?), методологии (как?) и технологии (за счет чего?) (Радионова и др., 2021). В целях развития этого подхода мы предлагаем теоретическую модель социализации в условиях цифрового детства (рис. 2).

Считаем, что цифровая социализация должна быть признана важной частью государственной политики (наравне с образовательной политикой), а основным условием этого процесса должно стать согласование интересов заинтересованных сторон. Представительство задействованных в цифровой социализации агентов должно быть критически расширено (интернет, наука, бизнес, государство, образование, семья). При этом каждый агент должен четко понимать свой функционал и обязанности. Усилия семьи и образования могут быть направлены на формирование базы для цифровой социализации (в виде ценностей, образцов и норм). Интернет (в лице пользователей) должен развивать базу, созданную традиционными агентами, в сетевых практиках. Наука должна предоставить выверенную методологию развития цифровой социализации, а госу-

Рис. 2. Модель согласования интересов агентов в рамках цифровой социализации



Источник: составлено автором.

дарство – идеологию. Идеология, методология и технология согласуются друг с другом посредством цементирующего элемента – референтного образца как ролевой модели для молодежи и основы для идентификации подрастающего поколения в VANI-мире. В настоящее время российский сегмент Интернета и блогосферы демонстрирует много разных ролевых моделей, но самостоятельно пока не может предоставить надежного образца для подражания, поскольку в сети часто эксплуатируется идея «любви к себе», хайпа и самопрезентации (Колпинец, Кожаринова, 2022).

Цифровая социализация должна быть направлена на формирование личности представителей молодого поколения, однако следует предусматривать и обратное влияние – результаты подобного формирования могут отражаться на элементах социализации. Так, для осуществления контроля над соответствующими процессами целесообразно на

уровне региона создать методический совет из представителей родительской, педагогической, научной общественности и интернет-сообщества, в задачи которого будет входить регулярный мониторинг хода цифровой социализации. Итог работы методического совета – это рекомендации и регламенты для агентов, в соответствии с которыми должны быть скорректированы основные элементы социализирующего влияния – референтный образец, методология, идеология и технология. Отметим, что для реализации задачи мониторинга перечисленные элементы должны быть максимально гибкими.

Представленные идеи будут развиты в рамках продолжения исследования. Дальнейшие перспективы научного поиска видим в формировании четкого представления о референтном образце как ядре цифровой социализации с опорой на требования времени и исторический опыт.

Литература

- Авдулова Т.П. (2011). Социализация подростков в информационном пространстве // Мир психологии. № 3 (67). С. 196–205.
- Бочавер А.А., Доука С.В., Новикова М.А. [и др.]. (2019). Благополучие детей в цифровую эпоху. М.: НИУ ВШЭ. 34 с.
- Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю. (2014). Профили пользователей интернета и национальный менталитет в России и Швеции: результаты сравнительного кластерного анализа // Фундаментальные исследования. № 11-3. С. 661–664.
- Цымбаленко С., Шариков А., Майорова-Щеглова С., Макеев П. (2012). Влияние интернета на российских подростков и юношество в контексте развития российского информационного пространства. М.: Лига юных журналистов. 99 с.
- Головчин М.А. (2019). Влияние интернет-активности на жизнь в эпоху цифровизации общества и экономики: на данных регионального исследования // Актуальные проблемы экономики и права. Т. 13. № 3. С. 1356–1369. DOI: 10.21202/1993-047X.13.2019.3.1356-1369
- Головчин М.А. (2022). Сетевая культура школьников в ракурсе свободного и управляемого формирования: по результатам эксперимента // Информатизация образования и науки. № 1 (53). С. 149–163.
- Голубева Н.А. (2020). Особенности цифровой идентичности подростков и молодежи в современном технологическом обществе // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». № 1. С. 130–150.
- Гревцева Г.Я. (2022). Цифровая социализация личности в образовательной среде // Вестник ЮУрГУ. Серия: Образование. Педагогические науки. № 1. С. 40–49.
- Гунина Е.В., Дудина О.В. (2020). К вопросу изучения цифровой среды как фактора социализации личности // Казанский педагогический журнал. № 6 (143). С. 89–97.
- Дудина О.В. (2021). К вопросу о структуре цифровой социализации в контексте современного образования // Вестник ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. № 3 (112). С. 161–166.
- Ершова Р.В. (2019). Цифровая социализация личности в эпоху глобальных перемен // Прикладная психология на службе развивающейся личности. Коломна: Государственный социально-гуманитарный университет. С. 49–54.

- Жаворонко Е.С., Ниязова А.А. (2022). Формирование функциональных ролей будущего педагога в цифровой образовательной среде // Концепт. № 4. С. 79–94. DOI: 10.24412/2304-120X-2022-11025
- Жеребин В.М., Алексеева О.А., Вершинская О.Н. (2017). Социально-психологические особенности пользователей Интернета // Народонаселение. № 1 (75). С. 116–124.
- Зубок Ю.А., Любутов А.С. (2021). Смысловое пространство реальности: структурная таксономия оснований саморегуляции взаимодействий в молодежной среде // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 14. № 3. С. 167–181. DOI: 10.15838/esc.2021.3.75.10
- Игнатова Н.Ю. (2017). Цифровые аборигены: взгляд со стороны // Открытое и дистанционное образование. № 1 (65). С. 58–65. DOI 10.17223/16095944/65/8
- Кожевников А.М., Масликов В.А. (2020). Современные исследования влияния интернет-коммуникаций на формирование ценностных ориентаций молодежи // Социология. № 1. С. 149–158.
- Колпинец Е.В., Кожаринова М.В. (2022). Женские ролевые модели в российском сегменте Instagram // Теория моды: одежда, тело, культура. № 63. С. 268–286.
- Кондратьева О.Н. (2020). Типология пользователей социальных сетей в метафорическом зеркале российских масс-медиа // Филологический класс. Т. 25. № 1. С. 62–72. DOI: 10.26170/FK20-01-06
- Косик Ю.А. (2015). Онлайн-аккультурация личности в современных интеграционных условиях // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия «Педагогические науки». № 15. С. 104–107.
- Лазуткина Е.В. (2017). Основные формы манипуляции информацией в социальных медиа Рунета // Знак: проблемное поле медиаобразования. № 2 (24). С. 221–225.
- Луков В.А. (2002). Тезаурусная концепция социализации // Дискурс: социологическая студия. Вып. 2. М.: Социум. С. 8–19.
- Лучинкина А.И., Лучинкина И.С. Методологические проблемы исследования коммуникативного поведения пользователей в интернет-пространстве // Гуманитарные науки. 2017. № 4 (40). С. 42–46.
- Масленников Р.М. (2009). Хаос и порядок в Интернете. Основы сетевой самоорганизации. Онтологическое исследование. М.: Litres. 200 с.
- Морозова А. (2018). Типология пользователей социальной сети // Мультимедийная журналистика / под ред. В. П. Воробьева. Минск: Издательский центр БГУ. С. 225–229.
- Морозова Е.В., Плотицкина Н.В., Попова К.И. (2019). Государство как агент цифровой социализации // Вестник Пермского университета. Политология. № 13 (2). С. 5–16.
- Пашковский Е.А. (2019). Интернет как проблема коммуникации // Дискурс. № 5 (1). С. 92–97. DOI: 10.32603/2412-8562-2019-5-1-92-97
- Плешаков В.А. (2009). Киберсоциализация как инновационный социально-педагогический феномен // Преподаватель XXI век. № 3-1. С. 32–39.
- Плешаков В.А. (2012). Киберсоциализация человека: от Homo Sapiens'a до Homo Cyberus'a. М.: Прометей. 212 с.
- Попова Д.А. (2019). Цифровая личность как центральный элемент межперсонального интернет-дискурса // Вестник Бурятского государственного университета. Язык. Литература. Культура. № 2. С. 87–91.
- Прохорова В.А. (2019). Социальные сети как агент социализации обучающихся // Социально-экономические и демографические аспекты реализации национальных проектов в регионе. Т. II. Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН. С. 401–404.
- Радионова О.Р., Алиева Э.Ф., Авалуева Н.Б. [и др.]. (2021). Цифровая социализация. Дети и подростки в современном информационном пространстве // Образовательная политика. № 3 (87). С. 38–51. DOI: 10.22394/2078-838X-2021-3-38-51
- Ромм Т.А., Ромм М.В. (2021). Воспитание в цифровую эпоху // Известия Саратовского университета. Серия «Акмеология образования. Психология развития». № 4 (40). С. 360–366.
- Собкин В.С., Федотова А.В. (2019). Сеть как пространство социализации современного подростка // Консультативная психология и психотерапия. Т. 27. № 3. С. 119–137. DOI: 10.17759/cpp.2019270308
- Солдатова Г.У. (2018). Цифровая социализация в культурно-исторической парадигме: изменяющийся ребенок в изменяющемся мире // Социальная психология и общество. Т. 9. № 3. С. 71–80. DOI: 10.17759/sps.2018090308

- Солдатова Г.У., Нестик Т.А., Рассказова Е.И., Зотова Е.Ю. (2013). Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования. М.: Фонд Развития Интернет. 144 с.
- Стародубцева Г.А. (2021). Об информационной и цифровой социализации детей дошкольного возраста // Международный журнал медицины и психологии. Т. 4. № 8. С. 77–86.
- Фолиева Т.А. (2012). Ожидаемая / неожиданная социализация: несколько критических замечаний // Вестник АГТУ. № 2. С. 113–117.
- Хлебодарова О.Б. (2010). Личность как результат социализации // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. № 6. С. 266–271.
- Шамионов Р. (2013). Социализация личности: системно-диахронический подход // Психологические исследования. № 6 (27). С. 1-9. DOI: 10.54359/ps.v6i27.725
- Щеглов И.А. (2016). Социализация: агенты, институты, факторы // Общество: социология, психология, педагогика. № 4. С. 14–17.
- Brandtzaeg P.B. (2010). Towards a unified Media User Typology (MUT): A meta-analysis and review of the research literature on media user typologies. *Computers in Human Behavior*, 26 (5), 940–956.
- Danby S.J., Fleer M., Davidson C., Hatzigianni M. (2018). *Digital Childhoods: Technologies and Children's Everyday Lives*. Springer. DOI:10.1007/978-981-10-6484-5
- Livingstone S., Helsper E. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9(4), 671–696.
- Muench R. (1981). Socialization and personality development from the point of view of action theory, the legacy of Emile Durkheim. *Sociological Inquiry*. 51(3-4), 311–354.
- Ortega E., Menendez M.R., Gonzalez M.V.R. (2007). Diffusion and usage patterns of Internet services in the European Union. *Information Research*, 12(2), 302.
- Pescaru M. (2018). The importance of the socialization process for the integration of the child in the society. *Revista Universitara de Sociologie*, 0(2), 18–26.
- Prensky M. (2001). Digital natives, digital immigrants (part 1). *On the Horizon*, 9 (5), 1–6. DOI: 10.1108/10748120110424816
- Schiopu U., Verza E. (1995). *The Age Psychology. The Life Cycles*. Bucharest: Didactica si Pedagogica.
- Shih C.-F., Venkatesh A. (2004). Beyond adoption: Development and application of a use-diffusion model. *Journal of Marketing*, 68(1), 59–72.
- Smith J., Hewitt B., Skrbis Z. (2015). Digital socialization: young people's changing value orientations towards Internet use between adolescence and early adulthood. *Information Communication & Society*, 18(9), 1022–1038. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1007074
- Sutcliffe A.G., Binder J.F., Dunbar R.I.M. (2018). Activity in social media and intimacy in social relationships. *Computers in Human Behavior*, 85, 227–235. DOI: 10.1016/j.chb.2018.03.050
- Tapscott D., Barry B. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World*. New York: McGraw-Hill.
- Zizek B. (2017). Digital socialization? An exploratory sequential analysis of anonymous adolescent internet-social interaction. *Human Development*, 60, 203–232. DOI: 10.1159/000479082

Сведения об авторе

Максим Александрович Головчин – кандидат экономических наук, заведующий отделом, Вологодский научный центр Российской академии наук (160014, Российская Федерация, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а; e-mail: mag82@mail.ru)

Golovchin M.A.

Manifestations of Digital Socialization among Young People: Findings of a Pilot Survey of High School Students

Abstract. In the modern world, the processes of socialization (personality formation) are gradually moving from the real world to the online space. However, due to the increasing risks of digitalization, the impact of digital socialization on the younger generation becomes an object of controversy among scientists and the public. The paper proposes our own two-stage typology of Internet users, based on the signs of manifestation of online temperament as a behavioral model formed in the course of digital socialization. According to the classification, Internet users have features of the following types: “opportunist / idealist” (using the Internet for deception), “enthusiast / skeptic” (trust / distrust of the content), “aggressor / tolerant” (manifestation of online aggression), “addictive / autonomous” (presence of Internet addiction). Combinations of features of particular types make up the general types of users (adaptive, substitutional, passive), which reflect the results of digital socialization and network acculturation. We propose an algorithm for identifying the types of Internet users in the course of a sociological study. Having tested the proposed solution within the framework of an intelligence study (in the case of a pilot group of schoolchildren from the city of Vologda) we formulate working hypotheses about the diverse impact of digital socialization on modern schoolchildren; dynamics, instability and flexibility of online behavior models of the younger generation; close connection of the socializing influence of the Internet with the development of interpersonal communication. The hypotheses will be taken into account in the course of elaboration of the research topic. The article puts forward a model for organizing digital socialization based on the harmonization of interests of the widest possible range of agents. The findings of the research can be used in the formation of strategic plans for the development of the digital industry and educational policy. Scientific novelty of the research consists in the development of a new methodological solution for using the socializing influence of the Internet environment in the process of generalization.

Key words: digital socialization, expected socialization, non-expected socialization, network acculturation, typology of users, sociological survey.

Information about the Author

Maksim A. Golovchin – Candidate of Sciences (Economic), head of department, Vologda Research Center, Russian Academy of Sciences (56A, Gorky Street, Vologda, 160014, Russian Federation; e-mail: mag82@mail.ru)

Статья поступила 24.06.2022.