



Исследование сетевой идентичности студенческой молодежи регионов России (на примере Калмыкии и Тувы)

Зинаида О. Кекеева, Галина Н. Уварова, Светлана В. Даржинова, Ангелина В. Муева

Калмыцкий государственный университет имени Б. Б. Городовикова, Российская Федерация,

Аржаана Б. Ооржак

Тувинский государственный университет, Российская Федерация

В статье рассматривается сетевая идентичность как феномен самосознания личности, связанный с развитием и внедрением в нашу повседневность интернет-пространства. Она стала важным условием социализации личности и предоставляет по мере развития информационных технологий все новые и новые возможности для взаимодействия и общения.

Особый интерес представляет исследование сетевой идентичности студенческой молодежи. Исследование охватило студентов двух российских регионов Калмыкии и Тувы (146 студентов Калмыцкого государственного университета и 144 студента Тувинского государственного университета). Был использован комплекс методик, состоящий из анкеты «Аспекты сетевой идентичности» (И. М. Богдановская, Т. А. Фленина); теста Куна–Макпартленда «Кто я?», модифицированного Т. А. Флениной («Кто я онлайн?»). Для анализа были выбраны компоненты, отражающие процесс саморазвития и эмоционального переживания студенческой молодежи в сетевом пространстве.

Выявлено содержание когнитивно-поведенческого и аффективного компонентов, отражающих основные мотивы студенческой молодежи для саморазвития и самопрезентации в сетевом пространстве: ощущение своей значимости, стремление установить связи с другими, получение выгоды, осознание своего «Я» и т. д. В результате корреляционного анализа выделены стратегии студенческой молодежи для самовыражения и самореализации: стратегия приобретения (новых знаний, умений, контактов и т. д.), стратегия преобразования (качественное развитие личности студента и его поведения, переориентация на другие более эффективные действия); эмоциональная стратегия (развитие чувственной сферы, получение новых чувств и ощущений).

Установлено, что структуры сетевой идентичности калмыцких и тувинских студентов являются гомогенными. Различие состоит в том, что студенты из Тувы в сетевом взаимодействии указывают на социально ролевые характеристики, а студенты из Калмыкии более эмоционально включаются в интернет-пространство.

Ключевые слова: студент; сетевая идентичность; сетевое пространство; молодежь; цифровизация; Калмыкия; Тува

Статья подготовлена при финансовой поддержке Калмыцкого государственного университета имени Б. Б. Городовикова в рамках Программы развития ФГБОУ ВО «Калмыцкий государственный университет имени Б. Б. Городовикова» на 2021–2030 гг., Стратегического проекта № 1. Устойчивое развитие городов и территорий и качественное образование — факторы сохранения и развития человеческого капитала Республики Калмыкии (governance) (ЦУР ООН 4 и 11), приказа № 1494-о/д от 14.10.2021 г. и в рамках внутривузовского грантового конкурса по приоритетным научным направлениям, проект 1143: «Формирование сетевой идентичности у молодежи в экосистеме цифрового образования» (приказ № 1419 – о/д от 08.10.2021 г.).



Для цитирования:

Кекеева З. О., Уварова Г. Н., Даржинова С. В., Муева А. В., Ооржак А. Б. Исследование сетевой идентичности студенческой молодежи регионов России (на примере Калмыкии и Тувы) // Новые исследования Тувы. 2022. № 4. С. 169-179. DOI: <https://doi.org/10.25178/nit.2022.4.13>



Кекеева Зинаида Очировна — доктор педагогических наук, профессор кафедры психологии и педагогики высшей школы факультета педагогического образования Калмыцкого государственного университета имени Б. Б. Городовикова. Адрес: 358011, Россия, г. Элиста, ул. Пушкина, д. 11. Тел.: +7 (847-22) 3-85-28. Эл. адрес: kekeeva-zo@yandex.ru

Уварова Галина Николаевна — кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии и педагогики высшей школы факультета педагогического образования Калмыцкого государственного университета имени Б. Б. Городовикова. Адрес: 358011, Россия, г. Элиста, ул. Пушкина, д. 11. Тел.: +7 (847-22) 3-85-28. Эл. адрес: gal.uvarova2012@yandex.ru

Даржинова Светлана Владимировна — кандидат педагогических наук, доцент кафедры психологии и педагогики высшей школы факультета педагогического образования Калмыцкого государственного университета имени Б. Б. Городовикова. Адрес: 358011, Россия, г. Элиста, ул. Пушкина, д. 11. Тел.: +7 (847-22) 3-85-28. Эл. адрес: svetlana.darzhinova@gmail.com

Муева Ангелина Викторовна — кандидат педагогических наук, доцент кафедры технологии и менеджмента профессионального образования инженерно-технологического факультета Калмыцкого государственного университета имени Б. Б. Городовикова. Адрес: 358011, Россия, г. Элиста, ул. Пушкина, д. 11. Тел.: +7 (847-22) 3-85-28. Эл. адрес: mav_el@list.ru

Ооржак Аржаана Болатовна — старший преподаватель кафедры педагогики Кызылского педагогического института Тувинского государственного университета. Адрес: 667000, Россия, г. Кызыл, ул. Ленина, дом 36. Тел.: +7 (394-22) 2-72-06. Эл. адрес: 4udukmaa-91@mail.ru



Research on the network identity of the student youth of Russian regions (the cases of Kalmykia and Tuva)

Zinaida O. Kekeeva, Galina N. Uvarova, Svetlana V. Darzhinova, Angelina V. Mueva

Gorodovikov Kalmyk State University, Russian Federation,

Arzhaana B. Oorzhak

Tuvan State University, Russian Federation

The article examines the network identity as a phenomenon of person's self-consciousness associated with the development and introduction of the Internet space into our everyday life. It has become an important condition for the socialization of a person and provides more and more opportunities for interaction and communication in the course of information technologies development.

Studying the network identity of students is of particular interest. The study covered students from two Russian regions, Kalmykia and Tuva (146 students from Kalmyk State University and 144 students from Tuvan State University). A set of techniques was used consisting of the questionnaire "Aspects of the Network Identity" (I. M. Bogdanovskaya, T. A. Flenina); the Kuhn-McPartland test "Who Am I?" modified by T. A. Flenina ("Who Am I Online?"). For analysis, we have selected components indicative of the process of self-development and emotional experience of students in the network space.

The content of cognitive and behavioral as well as affective components capturing the main students' reasons for self-development and self-presentation in the Internet space has been identified: a sense of their significance, a desire to make contacts with others, getting a benefit, awareness of their "I", etc. As a result of the correlation analysis, we have highlighted the following strategies of the student youth for self-expression and self-realization: the acquiring strategy (new knowledge, skills, contacts, etc.), the transformation strategy (qualitative development of students' personalities and behavior, refocusing on other and more effective actions); the emotional strategy (development of the sensual sphere, getting new feelings and sensations).

It has been found out that the network identity structures of Kalmyk and Tuvan students are homogeneous. The difference is that students from Tuva indicate social and role characteristics in the network interaction, while students from Kalmykia are more emotionally involved in the Internet space.

Keywords: student; network identity; network space; youth; digitalization; Kalmykia; Tuva

Financing

The article was prepared with financial support from B. B. Gorodovikov Kalmyk State University (KSU) within the framework of the Development Program of Gorodovikov KSU for 2021–2030, Strategic project No. 1 "Sustainable Development of Towns and Territories and Quality Education – Factors of Preservation and Development of Human Capital in the Republic of Kalmykia (governance) (UN Sustainable Development Goals 4 and 11)", Order No. 1494-o/d of October 14, 2021, and the interuniversity grant competition in the priority research areas, project No. 1143 "Network Identity Formation among Young People in the Ecosystem of Digital Education", Order No. 1419-o/d of October 8, 2021.



For citation:

Kekeeva Z. O., Uvarova G. N., Darzhinova S. V., Mueva A. V. and Oorzhak A. B. Issledovanie setevoi identichnosti studentcheskoi molodezhi regionov Rossii (na primere Kalmykii i Tuvy) [Research on the network identity of the student youth of Russian regions (the cases of Kalmykia and Tuva)]. *New Research of Tuva*, 2022, no. 4, pp. 169-179. (In Russ.). DOI: <https://doi.org/10.25178/nit.2022.4.13>



KEKEEVA, Zinaida Ochirovna, Doctor of Pedagogy, Professor, Department of Psychology and Pedagogy of the Higher School, Faculty of Pedagogical Education, B. B. Gorodovikov Kalmyk State University. Postal address: 11 Pushkin St., 358011 Elista, Russian Federation. Tel.: +7 (847-22) 3-85-28. E-mail: kekeeva-zo@yandex.ru [ORCID ID: 0000-0002-5792-8729](https://orcid.org/0000-0002-5792-8729)

UVAROVA, Galina Nikolaevna, Candidate of Psychology, Associate Professor, Department of Psychology and Pedagogy of the Higher School, Faculty of Pedagogical Education, B. B. Gorodovikov Kalmyk State University. Postal address: 11 Pushkin St., 358011 Elista, Russian Federation. Tel.: +7 (847-22) 3-85-28. E-mail: gal.uvarova2012@yandex.ru [ORCID ID: 0000-0002-5705-7222](https://orcid.org/0000-0002-5705-7222)

DARZHINOVA, Svetlana Vladimirovna, Candidate of Pedagogy, Associate Professor, Department of Psychology and Pedagogy of the Higher School, Faculty of Pedagogical Education, B. B. Gorodovikov Kalmyk State University. Postal address: 11 Pushkin St., 358011 Elista, Russian Federation. Tel.: +7 (847-22) 3-85-28. E-mail: svetlana.darzhinova@gmail.com [ORCID ID: 0000-0002-2118-4510](https://orcid.org/0000-0002-2118-4510)

MUEVA, Angelina Victorovna, Candidate of Pedagogy, Associate Professor, Department of Technology and Management of Vocational Education, Faculty of Engineering and Technology, B. B. Gorodovikov Kalmyk State University. Postal address: 11 Pushkin St., 358011 Elista, Russian Federation. Tel.: +7 (847-22) 3-85-28. E-mail: mav_el@list.ru [ORCID ID: 0000-0002-0944-6063](https://orcid.org/0000-0002-0944-6063)

ORZHAK, Arzhaana Bolatovna, Senior Lecturer, Department of Pedagogy, Kyzyl Pedagogical Institute, Tuvan State University. Postal address: 36 Lenin St., 667000 Kyzyl, Russian Federation. Tel.: +7 (394-22) 2-72-06. E-mail: 4udukmaa-91@mail.ru [ORCID ID: 0000-0003-3550-5626](https://orcid.org/0000-0003-3550-5626)



Введение

В современном мире с насыщенными информационными потоками мы наблюдаем глубокое проникновение виртуальности в социальную и индивидуальную жизнь человека. Сетевое пространство стало частью нашей жизни, частью повседневной реальности, имеющей другую пространственную форму, т. е. это повседневная реальность, разворачивающаяся в виртуальном пространстве. Однако личность человека в виртуальном мире может отличаться от реальной идентичности. Если в обычной реальности личность человека ограничена физическими факторами (национальность, раса, возраст и пол), определяющими индивидуальную идентичность, то в виртуальной реальности человек может менять свою идентичность или создавать совершенно новую.

Исследователи А. Е. Войскунский, А. С. Евдокименко, Н. Ю. Федунина, Н. А. Пахтусова (Войскунский, Евдокименко, Федунина, 2013; Пахтусова, 2019) и др. отмечают, что сетевая идентичность человека не является его индивидуальным свойством, она формируется в процессе его социализации и инкультурации в виртуальном пространстве. В этой связи в науку был введен термин «сетевая идентичность», которая рассматривается как «отождествление» человека с интернет-сообществами, или «пространственная идентичность» в сети (Фадеева, 2012). Возникновение сетевой идентичности, по мнению Е. И. Горошко, связано с поиском человеком возможностей для саморазвития, получения нового опыта, новой роли и т. д. (Горошко, 2009). Исследователи отмечают, что сеть становится пространством выражения своих взглядов, амбиций, выражением «подавленной части личности» (Белинская, Франтова, 2017).

Сетевое влияние на личность человека весьма неоднозначно. Оно может быть и негативным, если получаемая информация не анализируется и критически не осмысливается, или у него формируется интернет-зависимость. Вместе с тем такое влияние может быть и позитивным, так как человек получает быстрый доступ к нужной информации, расширяются его социальные контакты и т. д. Следовательно, значение сетевого пространства в жизни современного человека весьма велико, что делает актуальным изучение процесса формирования сетевой идентичности.

Особый исследовательский интерес с точки зрения психологии представляет изучение сетевой идентичности студенческой молодежи, так как это особая социально-демографическая группа населения, наиболее восприимчивая к изменениям в России. Также необходимо отметить, всестороннее развитие студенческой молодежи является важным фактором прогрессивного развития нашей страны и общества в целом. Студенты являются активными пользователями сети с целью сбора информации, создания и поддержания личных профилей в социальных сетях и онлайн-сообществах. В то же время сеть является платформой для выражения собственных взглядов и убеждений и создания положительного образа своей группы, коллектива, народа. Вместе с тем в качестве ее духовно-нравственных ориентиров могут выступать как традиции, так и новации. Сетевая идентичность формируется на основе сочетания когнитивно-поведенческого и аффективного компонентов, которые отражают знания и готовность личности реализовать различные поведенческие модели, а также эмоционально оценить свое отношение к окружающему миру. Эти компоненты могут выступать в качестве механизмов формирования сетевой идентичности личности и отражать стратегии, предпринимаемые студенческой молодежью в сетевом пространстве для самовыражения и самореализации. В таком контексте психологические исследования сетевой идентичности студенческой молодежи не проводились.

Цель настоящей работы заключается в изучении сетевой идентичности студенческой молодежи в двух регионах России — Калмыкии и Тувы. Рассматриваются когнитивно-поведенческие, аффективные компоненты сетевой деятельности как механизмы, формирующие обозначенный феномен.

Материалом для работы послужили: работы ученых Е. П. Белинской (Белинская, 2016), Е. И. Горошко (Горошко, 2009), Ч. К. Ламажаа (Ламажаа, 2021), Т. А. Флениной (Фленина, 2014) и др., а также результаты комплексных эмпирических исследований, проведенных авторами с декабря 2021 г. по май 2022 г. в г. Элиста на базе Калмыцкого государственного университета им. Б. Б. Городовикова и г. Кызыл на базе Тувинского государственного университета. В итоговую выборку было включено 290 респондентов (18–22 лет), в том числе 146 студентов Калмыцкого госуниверситета и 144 студента Тувинского госуниверситета. При этом отметим, что под определениями «тувинские» или «калмыцкие студенты», авторы подразумевают не этническую, а региональную принадлежность.

Для проведения эмпирического исследования был использован комплекс методик, состоящий из анкеты И. М. Богдановской, Т. А. Флениной «Аспекты сетевой идентичности»; Тест Куна-Макпартленда «Кто я?», модифицированный Т. А. Флениной «Кто я онлайн?». При обработке результатов использова-



лись методы математической статистики: сравнение выборок (непараметрический критерий U-Манна-Уитни); корреляционный анализ (r-Спирмена); структурно-психологический анализ обобщенных показателей индекса организованности, интегративности и дифференцированности структуры (А. В. Карпов); экспресс- χ^2 для сравнения матриц и структурограмм на их «гомогенность» (А. В. Карпов); контент-анализ. Статистическая обработка эмпирических данных реализовывалась с помощью компьютерной программы SPSS v.26.

Поскольку исследование проблемы затрагивает аспекты, рассматриваемые разными дисциплинами (философией, социологией, психологией, педагогикой, культурологией и др.), то нами был выбран междисциплинарный подход, позволяющий комплексно и системно анализировать когнитивно-поведенческий и аффективный компоненты сетевой идентичности студентов в сетевом пространстве.

В процессе исследования мы исходили из следующих предположений (гипотез): 1) когнитивно-поведенческий и аффективный компоненты отражают знания и готовность личности реализовать различные поведенческие модели, а также эмоционально оценить свое отношение к окружающему миру, поэтому они выступают в качестве механизмов, влияющих на формирование сетевой идентичности студенческой молодежи; 2) сетевое пространство позволяет студентам расширить возможности и перспективы своего развития и отражает стратегии, предпринимаемые студенческой молодежью для самовыражения и самореализации.

Объект исследования — сетевая идентичность студенческой молодежи.

Предмет исследования — когнитивно-поведенческий, аффективный компоненты сетевой деятельности, влияющие на формирование сетевой идентичности студенческой молодежи.

Задачи исследования: рассмотреть когнитивно-поведенческий и аффективный компоненты сетевой деятельности, оказывающие влияние на формирование сетевой идентичности студентов; выделить основные стратегии студенческой молодежи для самовыражения и самореализации в сетевом пространстве.

Научная новизна исследования заключается в том, что впервые, опираясь на междисциплинарный подход, авторы проанализировали содержание когнитивно-поведенческого и аффективного компонентов сетевой деятельности, как механизмов, оказывающих влияние на формирование сетевой идентичности студенческой молодежи Калмыкии и Тувы; выделили основные стратегии студенческой молодежи для самовыражения и самореализации в сетевом пространстве: стратегия приобретения, когда они получают то, чего раньше не было, например, новые знания, умения, контакты и т. д.; стратегия преобразования, направленная на качественное развитие личности студента и его поведение, переориентация на другие более эффективные действия; эмоциональная стратегия, направленная на развитие чувственной сферы, получение новых чувств и ощущений.

Когнитивно-поведенческий и аффективный компоненты как механизмы формирования сетевой идентичности студенческой молодежи

Для подтверждения первой гипотезы был проведен анализ когнитивно-поведенческого и аффективного компонентов сетевой идентичности студенческой молодежи Калмыкии и Тувы. Статистически значимые результаты представлены в *таблице 1*.

Как видим из *таблицы 1*, имеются некоторые различия между группами по аффективному компоненту сетевой идентичности. Эмоциональная включенность в интернет-пространство более значима для калмыцких студентов. Для них группа друзей в социальной сети обладает большой личностной значимостью, они ощущают себя ценными и значимыми участниками интернет-группы (81,36%).

От общего числа респондентов исследования из Тувы 61,68% студентов придают значимость демонстрации реального себя в Интернете. При этом, 71,45% студентов от общего числа респондентов из Тувы отмечают, что роль, статус (отношений) выступают в целом для них важными элементами в профиле социальной сети. 69,79% студентов Тувы предлагают своим друзьям, знакомым завести страницу в социальной сети, так как онлайн-пространство помогает студентам из Тувы поддерживать и укреплять связи на различных уровнях (локальный уровень, землячество).

Для 56,18% студентов Калмыкии изучение страниц пользователя социальной сети и определение политических взглядов не являются значимыми показателями, тогда как у 70,3% студентов Тувы эти показатели являются значимыми. Удовлетворенность виртуальной самопрезентацией значима не



для всех, а для 70,91% студентов Тувы. Так, они (72,56%) придают большое значение тому, что о них думают те, кто заходит на их страницу, сколько комментариев получит их пост в социальной сети. При этом, 55,95% студентов Калмыкии указывают на то, что для них пол личности не оказывает влияния на выбор интернет-сообщества. Показательно, что у студентов Тувы этот показатель наиболее высок и составляет 70,42%. Для них пол личности также не оказывает влияния на выбор интернет-сообщества.

Таблица 1. Статистически значимые результаты показателей сетевой идентичности у студентов Калмыцкого государственного университета (1 группа) и Тувинского государственного университета (2 группа)

Table 1. Statistically significant evaluation results of the network identity indicators among students of Kalmyk State University (group 1) and Tuvan State University (group 2)

Аспект	Показатели сетевой идентичности	Средний ранг (в %)		Uэмп (в %)	P (в %)
		1 группа	2 группа		
Когнитивно-поведенческий	Влияние пола на выбор интернет-сообществ	55,95	70,42	1418,0	0,039
	Демонстрация реального себя в интернете	75,83	61,68	1427,0	0,036
	Стремление получить выгоду от онлайн-общения с разными людьми, порой лично не знакомыми	74,43	62,30	1483,0	0,082
	Больше время уделяет интернет-сообществам, чем повседневными делами	54,61	71,01	1364,5	0,018
Аффективный	Получение удовольствия от взаимодействия с друзьями, благодаря тем возможностям, которые представляют соцсети	76,93	61,20	1383,0	0,021
	Огромное значение приобретают друзья и приятели в соцсетях	81,36	59,25	1205,5	0,001
	Ощущение своей важности для друзей и приятелей в соцсетях	80,53	59,62	1239,0	0,002
	Ощущение своей значимости для группы своих друзей в соцсетях	75,84	61,68	1426,5	0,038
	Замечает проявление уважения со стороны своих друзей и приятелей в соцсетях	77,81	60,81	1347,5	0,012
	Стремление каждого иметь свою страницу в соцсетях	56,96	69,97	1458,5	0,058
	Большое значение роли студента при поведении в интернете	53,60	71,45	1324,0	0,010
	Статус (отношений) как важный элемент в профиле социальной сети	54,83	70,91	1373,0	0,021
	Важность того, что думают об авторе те, кто заходит на его страницу	51,08	72,56	1223,0	0,002
	Важность того, сколько комментариев набирает пост в социальной сети	56,96	69,97	1458,5	0,062
	Имеет возможность по странице в социальной сети понять, каких политические взгляды разделяет её автор	56,18	70,32	1427,0	0,040



Результаты исследования показали, что 74,43% студентам Калмыкии больше всего нравится общаться в социальной сети с незнакомыми людьми и получать от них полезную информацию. Исследователь Т. А. Фленина отмечает, что получение полезной информации от общения с незнакомыми людьми является стимулом для самореализации в сети Интернет (Фленина, 2014).

Следует отметить, что 70,01% студентов Тувы отдают свои предпочтения процессу общения в интернет-сообществах. У студентов из Калмыкии показатель представить себя реального в Интернете был чуть более выражен и составлял 75,83%.

Данные, полученные в ходе исследования, позволяют нам утверждать, в содержании сетевой идентичности студентов из Калмыкии и Тувы имеются различия, а именно, демонстрация реального себя в Интернете, изучение страниц пользователя социальной сети и определение каких политических взглядов не является значимым показателем, пол не оказывает влияния на выбор интернет-сообществ, которые подчеркивают автономность личности каждого студента, ее самобытность. Это связано с тем, что студентам из Тувы, как мы видим, присуща открытость интернет-сообществам в виртуальном пространстве. Для студентов из Калмыкии не имеют значения политические взгляды пользователей социальных сетей при изучении их страниц. Студенты осознают свою индивидуальность, выделяя себя из окружающего мира и определяют свое самосознание. Когнитивно-поведенческий компонент отражает, как студенты используют сетевое пространство для саморазвития и взаимодействия с другими. Аффективный компонент отражает эмоциональную составляющую идентичности. Обозначенные компоненты выступают механизмами развития сетевой идентичности, которая благодаря этому представляется многофункциональным явлением, включающим как социокультурные, так и индивидуально-психологические аспекты (сплоченность интернет-группы, саморазвитие, самореализация и т. д.).

Содержание реального и виртуального образа «Я»

Перейдем к описанию содержания сетевой идентичности путем контент-анализа данных, полученных с помощью теста Куна-Макпартленда «Кто я?», модифицированного Т. А. Флениной «Кто я онлайн?» По результатам контент-анализа данных, полученных с помощью методики «Кто Я?» Куна-Макпартленда, все ответы были отнесены к объективным или субъективным характеристикам. В число объективных, отражающих содержание сетевой идентичности, входили характеристики, связанные с социальным статусом, с полом и т. д.

Рассмотрим, на наш взгляд, наиболее значимые и интересные результаты, отраженные в *таблице 2*. Данные в таблице представлены в процентах (%) от общего числа возможных интеркорреляций.

Таблица 2. Содержание образа реального и виртуального «Я» у студентов из Калмыкии (1 группа) и Тувы (2 группа), в % от общего числа возможных интеркорреляций
 Table 2. The content of the image of the real and virtual "I" in students from Kalmykia (group 1) and Tuva (group 2), % of the total number of possible intercorrelations

Характеристики	1 группа		2 группа	
	Реальное «Я»	Виртуальное Я»	Реальное «Я»	Виртуальное Я»
Студент	53	8	46	21
Добрый (-ая)	20	6	33	15
Национальность	0	0	8	3
Отзывчивый (-ая)	12	5	10	4
Дружелюбный (-ая)	9	5	12	7
Терпеливый (-ая)	8	1	5	1
Общительный (-ая)	8	6	12	12
Честный (-ая)	4	1	14	7
Жизнерадостный (-ая)	2	1	10	3
Отзывчивый (-ая)	12	5	10	4
Ленивый (-ая)	5	0	10	3
Целеустремленный (-ая)	2	0	15	4
Понимающая	0	0	9	6
Тот же, только онлайн	-	0	-	7
Ответственный (-ая)	11	2	34	9
Дружелюбный (-ая)	9	5	12	7
Открытый (-ая)	9	7	3	7
Счастливый	1	0	12	4
Помогающая	0	0	8	1



Можно выделить следующие общие закономерности образа реального «Я» и виртуального «Я» в изучаемых подгруппах. Более значимыми характеристиками образа реального «Я», по сравнению с виртуальным «Я», являются: добрый (-ая), отзывчивый (-ая), дружелюбный (-ая), терпеливый (-ая), ленивый (-ая), отзывчивый (-ая), ответственный (-ая). Другими словами, абсолютная частота этих аффективных, поведенческих и волевых характеристик снижается в самоописаниях «Я» виртуального.

Более важна роль виртуального «Я» в группе студентов Тувы. Образ «Я» реального у студентов Тувы содержит указание на национальность, честность, описание себя как счастливых, целеустремленных и понимающих. Последняя категория вообще не представлена в группе студентов Калмыкии. Большая открытость представлена в образе виртуального «Я» у студентов Тувы по сравнению с образом реального «Я». В семи самоописаниях встречается указание на то, что восприятие себя как реального «Я» и виртуального «Я» является неизменным.

Итак, сетевое пространство предоставляет студентам возможность конструировать свою идентичность, но вместе с тем оно усложняет данный процесс. Можно констатировать несформированный образ виртуального «Я» в обеих студенческих группах, так как частота аффективных, поведенческих и волевых характеристик снижается в самоописаниях.

Многомерный корреляционный анализ показателей сетевой идентичности студенческой молодежи

Для двух групп была реализована процедура многомерного корреляционного анализа 52 показателей сетевой идентичности студенческой молодежи. Были изучены матрицы интеркорреляций. Не представляется возможным построить структурограммы статистически значимо коррелирующих показателей сетевой идентичности, так как общее число всех интеркорреляций — 1326, а в группе студентов Калмыкии обнаружили 267 — это составляет 20,1% от общего числа возможных интеркорреляций, в группе студентов Тувы — 903 интеркорреляции, 68,1% от общего числа возможных интеркорреляций. Проведенный анализ изучения матриц интеркорреляций позволил нам определить значения индексов структурной организации показателей сетевой идентичности у студентов Калмыкии и Тувы, которые представлены в *таблице 3*.

Таблица 3. Значения индексов структурной организации показателей сетевой идентичности у студентов Калмыкии (1 группа) и Тувы (2 группа)

Table 3. The figures of the indices of the structural organization of the network identity indicators in students from Kalmykia (group 1) and Tuva (group 2)

Индексы	Группы студентов	
	1 группа	2 группа
Когерентности структуры	630	2494
Дивергентности структуры	27	0
Организованности структуры	603	2494

Следовательно, можно констатировать, что в группе тувинских студентов, бесспорно, наблюдаются интегративные механизмы структуры показателей сетевой идентичности. Индекс организованности структуры у тувинских студентов (2 группа) в 4,1 раза выше данного показателя, чем у калмыцких студентов (1 группа).

У калмыцких студентов (1 группа) обнаружено 11 отрицательных связей, и они сопряжены со следующими показателями: «влияние коллег на поведение онлайн и выбор онлайн-сообществ» (p=0,003), «возраст определяет интересы в социальной сети» (p=0,000), «большое значение имеет поведение студента в интернете» (p=0,008). Чем менее выражено влияние других на поведение онлайн и выбор онлайн-сообществ, влияние возраста и роли обучающегося, тем более характерна тенденция получения выгоды от взаимодействия онлайн с незнакомыми людьми.

Показатель «интересы и мнения, которые раскрываются в пределах интернет-сообществ такие же, как и в оффлайн общении» отрицательно связан с показателем «получение удовольствия от отношений в интернете, чем от тех, что происходят в реальной жизни» (p=0,047) в группе калмыцких студентов.



Наблюдается разграничение интересов, мнений и получения удовольствия от общения онлайн и оффлайн. Показатель имеет отрицательную связь с показателем «создать страничку в социальной сети каждому человеку» ($p=0,038$).

Достаточно интересная получена взаимосвязь: чем чаще студент рекомендует всем завести страницу в Интернете, тем менее выражена у него тенденция показывать себя в Интернете реальным, каким он есть на самом деле. Установлены отрицательные взаимосвязи показателя: «больше постоянных онлайн-контактов, чем в реальной жизни» ($p=0,028$), «я важен для моих друзей в соцсетях» ($p=0,019$), «обращаю внимание на конфессиональность моих друзей в сети» ($p=0,048$). Следует отметить, что показатель «я стал больше занят интернет-сообществами, чем повседневными делами» отрицательно коррелирует с показателем «интернет-сообщества позволяют мне изучать множество людей» ($p=0,010$).

Эти взаимосвязи довольно сложно интерпретировать, возможно существование третьей переменной или группы переменных, не учтенных в настоящем исследовании. Показатель «наиболее эффективно делюсь своими идеями с друзьями через свои страницы в социальных сетях» отрицательно коррелирует с показателем «мне важно сколько комментариев наберёт мой пост в социальной сети» ($p=0,039$), т. е. для калмыцких студентов не так важно, сколько лайков будет получено, если они излагают свои идеи через страницы в социальных сетях своим друзьям. Следует подчеркнуть, что в группе тувинских студентов между всеми рассмотренными выше показателями не были установлены статистически значимые взаимосвязи.

Следует отметить, что у студентов из Калмыкии наиболее взаимосвязаны такие показатели, как «получение выгоды, возможность контролировать восприятие меня в интернете», «я, как правило, больше нахожусь онлайн», «думаю, что я похож на друзей и приятелей, с которыми общаюсь в соцсетях», «мой внутренний мир и мир моих друзей в соцсетях имеет много общего», «эмоционально я привязан к друзьям в соцсетях», «я значим для группы своих друзей в соцсетях», «я всегда готов проводить время с моими друзьями в соцсетях», «я вижу, что мои друзья в соцсетях испытывают уважение ко мне», «моя поведенческая модель оказывает влияние и впечатление на других в процессе интернет-общении», «для меня важна возможность делиться с близкими и друзьями своими переживаниями и впечатлениями в соцсетях».

В ходе дальнейшего анализа мы установили базовые компоненты в структуре измеренных показателей в группах студентов, показанные в *таблице 4*.

Данные, представленные в *таблице 4*, наглядно показывают, что наибольший структурный вес в группе калмыцких студентов имеют следующие показатели: «общность и тождественность своего внутреннего мира и мира друзей в соцсетях» ($W=54$), «думаю, что я похож на своих друзей в соцсетях» ($W=51$), «эмоциональная соотнесенность с друзьями в соцсетях» ($W=51$). А в группе тувинских студентов наибольшим структурным весом обладают следующие показатели: «более эмоциональная насыщенность жизни в виртуальном мире по сравнению с реальной жизнью» ($W=137$), «обмен своими впечатлениями и интересами с большим количеством социальных групп в Интернете, по сравнению с возможностями оффлайн» ($W=135$), «чувство своей значимости для друзей в соцсетях» ($W=130$). Обращает на себя внимание разница в величине показателей с наибольшим структурным весом в двух группах, более в 2,5 раза показатель с наибольшим структурным весом превосходит данный показатель в группе тувинских студентов.

Так, ведущими составляющими структуры сетевой идентичности в группе студентов из Калмыкии являются показатели, отражающие общность взглядов, интересов и эмоциональной привязанности к друзьям в социальной сети, а в группе тувинских студентов выступают показатели, означающие возможность выражения эмоций, своих интересов в социальной группе в интернете, чувство своей значимости для друзей в соцсети, что обуславливает единую структуру сетевой идентичности данных двух групп студентов.

Следует отметить, что наименьший структурный вес в обеих группах имеет показатель «каков я реальный». Также у студентов из Калмыкии (1 группа) наименьший структурный вес получен по таким показателям, как «страничка в соцсетях позволяет определить политические взгляды автора» ($W=2$), «чувство большей свободы слова в интернете» ($W=5$). В группе тувинских студентов наименьшим структурным весом обладает показатель «Интернет сокращает время взаимодействия и деятельности в реальности» ($W=19$). Данные компоненты не играют важной роли в структуре сетевой идентичности.



Таблица 4. Весовые значения некоторых показателей сетевой идентичности у студентов из Калмыкии (1 группа) и Тувы (2 группа)

Table 4. Weight values of some network identity indicators among students from Kalmykia (group 1) and Tuva (group 2)

Показатели сетевой идентичности	Структурный вес компонента (W)					
	1 группа			2 группа		
	+	-	Σ	+	-	Σ
Присоединение к интернет-сообществам, с целью встретить похожих людей	36	0	36	113	0	113
Демонстрирует в интернете реального себя	5	2	7	12	0	12
Больше представлен в интернете, чем в реальной жизни при общении с людьми	18	0	18	112	0	112
Желает получить выгоду от взаимодействия онлайн с которыми лично незнаком	12	9	21	117	0	117
Показывает стремление вести контроль за социальными коммуникациями в Интернете, ограничивая свои социальные взаимодействия офлайн	15	0	15	105	0	105
Контроль за тем, как другие воспринимают тебя в интернете	44	0	44	115	0	115
Чувство большей свободы слова в Интернете	5	0	5	116	0	116
Обмен своими впечатлениями и интересами с большим количеством социальных групп в интернете, по сравнению с возможностями офлайн	19	0	19	135	0	135
Интернет сокращает время взаимодействия и деятельности в реальности	2	6	8	19	0	19
Уверенность в полезности и необходимости онлайн-сообщества	6	0	6	112	0	112
Интернет-сообщество предоставляет большие возможности для изучения большего числа людей	8	3	11	113	0	113
Получение новой информации о себе в интернет-сообществе	11	0	11	108	0	108
Интернет-сообщество развивает мои возможности в реальном мире	39	0	39	125	0	125
Более эмоциональная насыщенность жизни в виртуальном мире по сравнению с реальной жизнью	22	0	22	137	0	137
Увидеть тождественность и близость со своими друзьями в процессе общения в соцсетях	51	0	51	119	0	119
Почувствовать общность своего внутреннего мира и мира друзей в соцсетях	54	0	54	117	0	117
Эмоциональная соотнесенность с друзьями и приятелями в соцсетях	51	0	51	117	0	117
Соотнесенность с друзьями в различных группах в соцсетях	18	0	18	129	0	129
Чувство своей значимости для группы друзей в соцсетях	37	0	37	130	0	130
Страничка в соцсетях позволяет определить политические взгляды ее автора	2	0	2	91	0	91



На завершающем этапе структурно-психологического анализа был проведен статистический расчет по формуле экспресс- χ^2 для сравнения матриц и структурограмм на их гомогенность-гетерогенность. И результаты сравнения матриц и структурограмм сетевой идентичности у студентов Калмыкии и Тувы на их гомогенность-гетерогенность составил экспресс- $\chi^2=0,434$, $p=0,001$, что свидетельствует о том, в обеих группах студентов показатели структуры сетевой идентичности являются гомогенными.

Таким образом, следует отметить, что студенты из Тувы в сетевом взаимодействии указывают на социально ролевые характеристики, отмечая при этом свою удовлетворенность виртуальной самопрезентацией. Студенты из Калмыкии, в свою очередь, более эмоционально включены в интернет-пространство, они также стремятся получить выгоду от коммуникации с людьми, с которыми общаются онлайн и стараются использовать возможности для самораскрытия и самопрезентации в сетевом взаимодействии. В группе студентов из Тувы выявлены интегративные механизмы структуры показателей сетевой идентичности, т. е. данная структура является более согласованной и слаженной, несмотря на то, что структуры сетевой идентичности являются качественно сходными.

Заключение

В нашем исследовании мы предположили, что когнитивно-поведенческий и аффективный компоненты отражают знания и готовность личности реализовать различные поведенческие модели, а также эмоционально оценить свое отношение к окружающему миру. Анализ компонентов показал, что содержательно они связаны с осознанием человеком своего существования в сетевом пространстве, которое позволяет ему конструировать свое пребывание, быть неповторимым, делиться своим жизненным опытом, быть связанным с интернет-сообществами, проявлять свою солидарность с другими, создавать виртуальный образ «Я», дополняя, тем самым, реальный образ «Я». Данные компоненты выступают механизмами развития сетевой идентичности, которая благодаря этому представляется многофункциональным явлением, включающим как социокультурные, так и индивидуально-психологические аспекты (сплоченность интернет-сообщества, саморазвитие, самореализация и т. д.).

Таким образом, сетевое пространство позволяет студентам расширить возможности и перспективы своего развития и отражает стратегии, предпринимаемые студенческой молодежью для самовыражения и самореализации. В результате корреляционного анализа мы выделили следующие стратегии у студенческой молодежи Калмыкии и Тувы в сетевом пространстве для самовыражения и самореализации:

1) стратегия приобретения, когда они получают то, чего раньше не было, например, новые знания, умения, контакты, способы разрешения конфликтов, новые качества, поведенческие модели (присоединение к интернет-сообществам, с целью встретить похожих людей; демонстрация в Интернете реального себя; желание получить выгоду, стремление вести контроль за коммуникациями, свобода слова и т. д.);

2) стратегия преобразования, которая направлена на качественное развитие личности студента и его поведения, когда происходит его переориентация на другие более эффективные действия, реакции, что позволяет развить свое реальное «Я» и приобрести новые возможности для получения информации и изучения других;

3) эмоциональная стратегия, направленная на развитие чувственной сферы, получение новых чувств и ощущений; она побуждает к различным действиям через образы и ассоциации (эмоциональная насыщенность виртуального мира по сравнению с реальным, почувствовать близость с друзьями, общность своего мироощущения с другими, чувство значимости для других и т. д.).

Безусловно, каждая из стратегий имеет как положительные, так и отрицательные аспекты влияния на студенческую молодежь. Однако необходимо учитывать эти стратегии в целях безопасного развития сетевого пространства. Выводы, полученные на примере изучения сетевой идентичности студенческой молодежи Калмыкии и Тувы, могут быть использованы в исследованиях подобного рода, как в России, так и за рубежом.

В дальнейших исследованиях считаем необходимым более детально изучить психолого-педагогические условия процесса формирования сетевой идентичности молодежи в условиях виртуальной образовательной среды вуза.



Благодарности

Коллектив авторов выражают благодарность коллегам: А. Л. Фатыховой, Ж. И. Сардаровой, Л. В. Даржиновой, Э. К. Абдираимовой за обсуждение статьи и за помощь в проведении исследования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Белинская, Е. П. (2016) Взаимосвязь реальной и виртуальной идентичностей пользователей социальных сетей // Образование личности. № 2. С. 31–39.

Белинская, Е. П., Франтова, Д. К. (2017) Активность в виртуальном взаимодействии как фактор конструирования идентичности пользователями социальных сетей: межпоколенные различия // Вестник РГГУ. Серия. «Психология. Педагогика. Образование». № 3. С. 22–37.

Войсункский, А. Е., Евдокименко, А. С., Федунин, Н. Ю. (2013) Сетевая и реальная идентичность. Сравнительные исследования // Психология. Журнал Высшей школы экономики. Т. 10. № 2. С. 98–121.

Горошко, Е. И. (2009) Коммуникативная виртуальная идентичность: гендерный анализ // Филологические заметки. Вып. 7. Ч.2. С. 93–105.

Ламажаа, Ч. К. (2021) Социальная культура тувинцев и онлайн-пространство // Новые исследования Тувы. № 2. С. 115–129. DOI: <https://www.doi.org/10.25178/nit.2021.2.10>

Пахтусова, Н. А. (2019) Становление сетевой идентичности личности в условиях виртуальной образовательной среды. Челябинск : ЗАО «Библиотека А. Миллера». 209 с.

Фадеева, Л. А. (2012) Социальная идентичность // Политическая идентичность и политика идентичности : в 2 т. / отв. ред. И. С. Семенов. М. : РОССПЭН. 205 с. С. 33–36.

Фленина, Т. А. (2014) Семантическое пространство понятия «сетевая идентичность» // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. № 171. С. 310–314.

Дата поступления: 18.06.2022 г.

REFERENCES

Belinskaya, E. P. (2016) Vzaimosviaz' real'noi i virtual'noi identichnostei pol'zovatelei sotsial'nykh setei [The relationship between real and virtual identities of social networks users]. *Obrazovanie lichnosti*, no. 2, pp. 31–39. (In Russ.).

Belinskaya, E. P. and Frantova, D. K. (2017) Aktivnost' v virtual'nom vzaimodeistvii kak faktor konstruirovaniia identichnosti pol'zovateliami sotsial'nykh setei: mezhpokolennye razlichia [Activity in the virtual interaction as a factor of identity construction by social networks users, intergenerational differences]. *Vestnik RGGU. Serii: Psikhologiya. Pedagogika. Obrazovanie*, no. 3, pp. 22–37. (In Russ.).

Voiskunskii, A. E., Evdokimenko, A. S. and Fedunin, N. Yu. (2013) Setevaia i real'naia identichnost'. Sravnitel'nye issledovaniia [Network and real identity. Comparative studies]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshei shkoly ekonomiki*, vol. 10, no. 2, pp. 98–121. (In Russ.).

Goroshko, E. I. (2009) Kommunikativnaia virtual'naia identichnost': gendernyi analiz [Communicative virtual identity: Gender analysis]. *Filologicheskie zametki*, issue 7, part 2, pp. 93–105. (In Russ.).

Lamazhaa, Ch. K. (2021) Sotsial'naia kul'tura tuvintsev i onlain-prostranstvo [Social culture of Tuvans and online space]. *New Research of Tuva*, no. 2, pp. 115–129. (In Russ.). DOI: <https://doi.org/10.25178/nit.2021.2.10>

Pakhtusova, N. A. (2019) Stanovlenie setevoi identichnosti lichnosti v usloviakh virtual'noi obrazovatel'noi sredy [Development of a network identity of a person in a virtual educational environment]. Chelyabinsk, ЗАО "Библиотека А. Миллера". 209 p. (In Russ.).

Fadeeva, L. A. (2012) Sotsial'naia identichnost' [Social identity]. In: *Politicheskaiia identichnost' i politika identichnosti [Political identity and identity politics]* : in 2 vols. / ed. by I. S. Semenenko. Moscow, ROSSPEN. 205 p. Pp. 33–36. (In Russ.).

Flenina, T. A. (2014) Semanticheskoe prostranstvo poniatia «setevaia identichnost'» [Semantic space of the concept of "network identity"]. *Izvestiia Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta imeni A. I. Gertsena*, no. 171, pp. 310–314. (In Russ.).

Submission date: 18.06.2022.