

ИНТЕРНЕТ-КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР СОЦИАЛИЗАЦИИ СТАРШИХ ШКОЛЬНИКОВ: ОСОБЕННОСТИ И РИСКИ

Аннотация: в статье рассматривается влияние на процесс социализации молодежи в Интернете такого аспекта интернет-культуры, как культура анонимных веб-форумов – «имиджборд»; проведено исследование на предмет уровня соприкосновения старших школьников с соответствующей культурой.

Ключевые слова: социализация молодежи, имиджборды, интернет-культура, агенты социализации.

Введение

В связи с повсеместным распространением телекоммуникационной сети «Интернет» в России, высочайшими темпами ее развития и непрекращающимся совершенствованием соответствующих технологий, «всемирную паутину» следует воспринимать уже не только как средство связи, но и как особое информационное пространство. Это пространство обладает своей культурой – или даже конгломератом культур, каждой из которых присущи свои правила, ценности и язык общения.

Культура российского сегмента Интернета многократно становилась объектом изучения. Так, Рунет продолжает подвергаться рассмотрению с лингвистической, культурологической, философской и других точек зрения. Предпринимаются также неформальные попытки описать и систематизировать различные аспекты интернет-культуры: примером тому являются веб-энциклопедия «Луркоморье» и англоязычный ресурс Encyclopedia Dramatica. Пристальное внимание российских и зарубежных ученых к Интернету объясняется его непрерывно возрастающей важностью во всех сферах жизни общества, в частности – в сфере социальной. Также можно смело утверждать, что Интернет, являясь особым культурным пространством, помимо функции коммуникационной исполняет также функцию социализации индивида, в частности – принадлежащего к такой социальной группе, как молодежь.

Российский сегмент Интернета также является объектом фундаментальных исследований в области языкознания, чьей задачей является поиск понимания базовых свойств российского веб-пространства. Так, Т.Б. Карпова, доцент Пермского государственного университета, выделяет следующие базовые свойства рунета как коммуникационного пространства: виртуальность, доступность, мультимедийность, гипертекстуальность.[8] Все указанные свойства определяют характер российского сегмента Интернета как коммуникационного пространства, в котором традиционные и хорошо изученные принципы и модели офлайн-коммуникации искажаются. Из этого можно сделать вывод о необходимости оценивать взаимодействие индивидов в веб-пространстве с оглядкой на вышеуказанные особенности.

Социализация молодежи в Интернете также становится объектом изучения российских ученых. К примеру, российский исследователь-педагог Н.Г. Марченкова освещает негативный аспект распространения Интернета, говоря о пагубном воздействии интернет-культуры на процесс социализации индивида, и, как следствие, делая вывод о необходимости жесткого контроля над посещением Интернета молодежью – в частности, школьниками [7]. Некоторые исследователи – такие, как социолог Н.В. Угольков, описывая механизмы социализации в Интернете, не столь категоричны в своих высказываниях, делая, однако, вывод о необходимости некоторого контроля над

поведением молодежи в Интернете [10]. Механизмы социализации молодежи в Интернете как таковые также становятся объектами исследования: яркими примерами являются социологические и психологические исследования Н.Л. Бойко [2] и А.Ю. Авдеева [1] соответственно.

Описанные выше подходы обладают одним общим недостатком: интернет-культура в них воспринимается как некий монолит, единое и неделимое пространство, в то время как в реальности интернет-культура весьма многолика, и ее характерные черты способны меняться до неузнаваемости от ресурса к ресурсу. Как следствие, риторика обсуждения роли Интернета в жизни молодежи лишаются важной переменной – фактора мультикультурности рунета – таким образом, значительно упрощаясь. Цель данного исследования – оценить влияние на социализацию молодежи в Интернете таких ресурсов, как анонимные форумы – имиджборды.

Гипотеза

В силу ряда особенностей, культура имиджборд способна оказать значительное влияние на процесс социализации индивида, относящегося к категории молодежи. В частности, влияние имиджборд может быть деструктивным, что способно проявляться в выработке неприменимых в обществе коммуникационных привычек, отрицании индивидом ценностей общества.

Методы

В статье описаны и проанализированы различные аспекты интернет-культуры, корни которых произрастают из культуры имиджборд. Описана и проанализирована и сама культура имиджборд с присущими ей особенностями.

Ключевой деталью исследования является опрос, респондентами которого выступили 90 учеников старших классов школ Санкт-Петербурга возрастом от 16 до 18 лет.

Респондентам было предложено ответить на четыре вопроса с положительным и отрицательным вариантами ответов. Первый вопрос направлен на выявление факта знакомства школьника с самим понятием «имиджборд»; второй, третий и четвертый – на выявление посещаемости конкретных анонимных веб-форумов, знакомства с определенными словами из имиджбордовского жаргона и использования их в повседневной речи соответственно. На результатах данного опроса строятся выводы и предположения о реальном масштабе проблемы воздействия культуры анонимных веб-форумов на социализацию молодежи.

Результаты и обсуждение

Имиджборд (от англ. image – изображение и board – доска) – разновидность веб-форума, поддерживающая возможность прикрепления изображений к сообщениям. Имиджборды обладают рядом характерных черт, среди которых – возможность анонимной публикации сообщений, а также особый сленг и культура. Среди известнейших отечественных имиджборд – 2ch.so, Ochan и другие.

Следует подробнее остановиться на описании культуры имиджборд. Представляется возможным утверждать, что культура российских имиджборд основана на двух столпах. Первый из них связан с фактом, что такого вида форумы впервые были созданы в Японии: соответственно, в сленге имиджборд присутствует значительное количество специфично японских терминов: «тян», «кун», «хикки» и др. Второй столп, зачастую возводимый пользователями едва ли не в культ – анонимность. Факт анонимности пользователя на подавляющем большинстве имиджборд влечет за собой ряд как положительных, так и отрицательных последствий.

Из положительных следствий анонимности – наличие большей (в соответствии с таковой на ресурсах другого типа) свободы общения между людьми из различных социальных слоев и групп. Фактически, в рамках форума индивид имеет лишь одну социальную роль: пользователь форума, «анонимус». Таким образом, факт анонимности устраняет множество условностей, в некоторых случаях являющихся преградами для коммуникации при неанонимном общении.

Тем не менее, тот же факт влечет за собой и множество отрицательных последствий. Так, обозначенные выше «условности» - соответствующее обращение к человеку другого возраста, социального статуса и др. – необходимы для успешного функционирования индивида в рамках социума вне Интернета. Таким образом, представляется возможным утверждать, что подобное общение в сети может создать для молодежи неадекватный образ общения в реальной жизни. Помимо этого, анонимность открывает широкие возможности для проявления девиантного поведения в связи с тем, что «анонимус» может не опасаться осуждения с стороны общества. Как следствие, контролирующая функция социума на имиджбордах исключается, что также способно сформировать у молодежи неправильные представления об общении в реальной жизни. Анонимность зачастую создает у завсегдаев имиджбординг чувство безнаказанности за свои слова и поступки – таким образом, анонимные форумы нередко становятся ресурсами, координирующими травлю тех или иных пользователей веб-пространства – кибербуллинг. Явление кибербуллинга само по себе является одной из наиболее актуальных проблем безопасности в Интернете [3]. Являясь одной из форм агрессивного поведения в веб-пространстве, кибербуллинг рассматривается большинством исследователей как полный эквивалент «травли» индивида в реальных, не виртуальных сообществах. Более того, проблема виртуальной «травли» в последнее время стала восприниматься не менее серьезно, чем проблема «травли» реальной, поскольку точно так же способна приводить жертву в состояние тяжелой депрессии. Актуальные исследования российских психологов выявляют как серьезный характер проблемы, делающий возможным характеризовать кибербуллинг как преступление против личности, так и широкий масштаб ее распространения в России. [9]

Помимо всего прочего, возможность писать сообщения инкогнито превращает имиджборды в идеальную площадку для троллинга.

Троллинг (от англ. to troll – цеплять) представляет собой форму провоцирующего поведения в Интернете. Принимая различные формы – от тонкого, слабо задевающего объект, до весьма жестких, унижительных и оскорбляющих форм, троллинг способен наносить серьезный ущерб неустойчивой психике подростка. Российский социолог Р.А. Внебрачных утверждает, что цель троллинга состоит в получении применяющим этот метод индивидом удовлетворения от нахождения находится в эпицентре разворачивающихся событий – таких, как эмоциональная дискуссия на повышенных тонах [4]. Анонимность, в свою очередь, позволяет «троллю» без особых усилий оставаться «в тени». Следует упомянуть также понимание троллинга как проявления «языка вражды» - деструктивной коммуникации, своей единственной целью имеющей выражение ненависти к определенной социальной группе.[5] Таким образом, троллинг способен являться, помимо всего прочего, инструментом распространения деструктивных стереотипов и разжигания социальных конфликтов.

В зарубежных научных публикациях троллинг рассматривается как одна из форм антисоциального поведения. Более того, исследователи из университетов Стэнфорд и Корнелл Д. Ченг, М. Бернштейн, К. Данеску-Николеску-Мизил и Д. Лесковец в работе «Anyone Can Become a Troll: Causes of Trolling Behavior in Online Discussions» рассматривают троллинг как явление, имеющее признаки своеобразной меметической «эпидемии». Согласно данной теории, троллинг в исполнении одного пользователя

способен вызвать подобное поведение и у его собеседников. Как следствие, в рассматриваемом диалоге антисоциальное поведение принимает статус нормы. Авторы проводят аналогию с «Теорией разбитых окон» американских социологов Д. Уилсона и Д. Келлинга: если единичные проявления антисоциального поведения в рамках групповой коммуникации не пресекаются, то в конечном итоге присущий ему «заразительный» характер способен привести сообщество к деградации и распаду. [11]

Следует отдельно отметить разновидность троллинга «шок-контентом», весьма распространенного на имиджбордах. «Шок-контент» в данном контексте представляет собой изображения, содержащие сцены, вызывающие у большинства пользователей такие эмоции, как отвращение, страх и тревога. Этот вид троллинга выделяется отдельно, поскольку способен нанести особо серьезный урон подростковой психике.

Шок-контент, как правило, берет свое начало на шок-сайтах – веб-страницах, публикующих вызывающие, шокирующие, потенциально психологически травмирующие материалы. Среди них – полицейские фотодокументы с мест преступлений, медицинские фотодокументы из моргов и др. Появившись в середине 1990-х годов шок-сайты многократно становились объектами изучения психологов и социологов. Изучая мотивы создателей шок-сайтов, зарубежные исследователи, в основном, приходят к выводу о единственном мотиве широкой публикации подобного рода материалов – жесткий злонамеренный троллинг, совершаемый без осознания возможных последствий в виде психологических травм случайных посетителей этих ресурсов. [12]

Подводя итог описанию имиджборд, представляется возможным составить цельную картину этой культуры. Личность как таковая со всеми присущими ей чертами и статусом в рамках анонимного форума практически нивелируется, ценность индивидуальности отходит на второй план; обилие троллинга, возможность публикации шок-контента и проявления пользователями коммуникационных девиаций создают атмосферу аномии. Подобная атмосфера, безусловно, отрицательно сказывается на любой социализации, в особенности – социализации молодежи [5]. Таким образом, представляется возможным утверждать, что именно культура имиджборд содержит в себе ряд негативных черт, которые принято упоминать в контексте дискуссии о регулировании отношений в Интернете и, в частности, о доступе молодежи к нему.

Несмотря на свой специфичный характер, культура имиджборд занимает важное место в современном рунете. Так, множество слов из жаргона посетителей имиджборд, афоризмов и шаблонов построения диалога распространились на многие другие сайты российского сегмента Интернета, в частности – на социальные сети. Немаловажен также тот факт, что большинство существующих в рунете интернет-мемов (стихийно распространяющихся текстов, изображений и видеозаписей, носящих, как правило, иронический характер) [8] зародились именно на анонимных форумах.

Возвращаясь к исследованию, описанному в разделе «Методы», следует привести его результаты.

Ответы распределились следующим образом: 26.6% опрошенных знакомы с термином «имиджборд»; 23.3% посещают конкретные анонимные веб-форумы; с жаргоном, зародившимся на соответствующих ресурсах знакомы 93.3% опрошенных, но употребляют их в речи лишь 46.6%.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что уровень соприкосновения современных школьников с культурой имиджборд можно характеризовать как «значительный», но не как «повальный». Менее четверти опрошенных являются непосредственными пользователями подобных форумов, что, опять же, указывает на значительную роль имиджборд как варианта времяпрепровождения старших школьников в Интернете, не принимающего, тем не менее, вида повального увлечения. Как следствие, представляется возможным утверждать, что гипотеза исследования подтверждена:

имиджборды со всеми перечисленными негативными особенностями способны оказывать значительное влияние на процесс социализации молодежи. Связано это, в первую очередь, с тем, что элементы данной культуры при ближайшем рассмотрении играют заметную роль в повседневной коммуникации молодежи.

Резюмируя, следует отметить, что Интернет в современных условиях невозможно не воспринимать не просто как один из агентов социализации молодежи, но как средство практически неограниченного доступа к широчайшему выбору агентов социализации. Представляется очевидным также и то, что роль этого средства в социализации молодежи в последующие годы будет только расти. Имиджборды, со всеми их позитивными и негативными сторонами, являются лишь одним из многочисленных вариантов доступа к агентам социализации в веб-пространстве. Следует также отметить, что блокировки определенных ресурсов, зачастую предлагаемые некоторыми исследователями данного вопроса, вряд ли способны решить проблему столкновения школьников с негативными агентами социализации. Связано это, как минимум, со существованием в свободном доступе широкого арсенала средств обхода блокировок веб-сайтов. Таким образом, следует стремиться не к уменьшению роли Интернета как фактора социализации молодежи, но не допускать падения роли иных важнейших агентов социализации: семьи, школы и других.

Список литературы

- 1) Авдеев А.Ю. Современный подросток в пространстве информационных технологий: психологический аспект // Вестник Костромского государственного университета. - 2012. - №5. - С. 14-20.
- 2) Бойко Н.Л. Молодежь эпохи Интернет на пороге взрослой жизни: социологический анализ // Социологический альманах. - 2014. - №2. - С. 19-28.
- 3) Бочавер А.А., Хломов К.Д. Кибербуллинг: травля в пространстве современных технологий // Психология. Журнал Высшей школы экономики. - 2014. - №2. - С.177-191.
- 4) Внебрачных Р.А. Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». - 2012. - №8. - С. 48-51.
- 5) Гладилин А.В. "Язык вражды" как коммуникация // Современные исследования социальных проблем. - 2012. - №5. - С. 20-52.
- 6) Зеленчук И.А. Аномия как критический фактор социализации // Омский научный вестник. - 2009. - №5. - С.101-103.
- 7) Интернет-социализация молодежи: анализ взаимосвязи с интернет-зависимостью // Федеральный образовательный портал ЭСМ URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/2010/10/29/1214793282/55-58.pdf> (дата обращения: 09.04.2018).
- 8) Карпова Т.Б. Категориальные свойства дискурса рунета // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. - 2010. - №3. - С. 17-24.
- 9) Макарова Е.А, Макарова Е.Л, Махрина Е.А. Психологические особенности кибербуллинга как формы интернет-преступления // Российский психологический журнал. - 2016. - №7. - С. 293-311.
- 10) Угольков Н.В. Влияние интернета на социализацию старших школьников // Историческая и социально-образовательная мысль. - 2012. - №5. - С.173-174.
- 11) Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. - 2012. - №8. - С.161-173.
- 12) Anyone Can Become a Troll: Causes of Trolling Behavior in Online Discussions // US National Library of Medicine National Institutes of Health URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5791909/> (дата обращения: 11.07.2018)
- 13) The legacy of Rotten.com // The Kernel URL: <https://kernelmag.dailydot.com/issue-sections/features-issue-sections/10700/rotten-history-shock-site/> (дата обращения: 12.07.2018).