

ЦИФРОВАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ РУССКОГО СООБЩЕСТВА ЗА РУБЕЖОМ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СМЫСЛОВ

В статье рассмотрены и проанализированы основные смысловые конструкты идентичности в социальных медиа. Методом сбора информации послужило свободное скайп-интервью, а также нетнографический анализ цифровых данных. Информанты исследования – трансэмигранты от 18 до 30 лет, которые проживали в период социализации (детства) на территории России, являются активными участниками жизни русского сообщества («КСС» и русских волонтерских объединений). В список информантов вошли 12 человек, по четыре представителя трех стран: Ирландии, Китая и Франции.

Ключевые слова: цифровая идентичность, волонтер, трансэмигрант.

E.A. Gremilova
Samara University

DIGITAL IDENTITY OF THE RUSSIAN COMMUNITY ABROAD: SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF MEANINGS

The article considers and analyzes the basic semantic constructs of identity in social media. The method of collecting information was a free Skype interview, as well as non-nographic analysis of digital data. The study informants are trans-emigrants from 18 to 30 years old who lived during the period of socialization (childhood) in Russia, are active participants in the life of the Russian community (“KSS” and Russian volunteer associations). The list of informants included 12 people, four from three countries each: Ireland, China and France.

Keywords: digital identity, volunteer, transmigrant.

В настоящее время социальные медиа стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни: это и способ коммуникации, и источник новых знаний, и способ удовлетворить индивидуальную потребность в эмоциональном насыщении, и многое другое. Благодаря все более разнообразным феноменам, которые порождает новомедийная среда, социальные медиа создают

множество контекстов [1], любой из которых заслуживает внимания. Социальные медиа – это и окно, показывающее жизнь людей в деталях. Но нужно отметить, что подобная «связь» действует двусторонне: для человека это и окно, из которого он может показать себя в мире. Именно благодаря данной способности развитие социальных сетей ставит перед каждым человеком вопрос, на который он не в силах ответить односложно и точно – это вопрос идентичности. Современный человек живет в условиях «расщепленного мира» [2], то есть он погружен в несколько пространств одновременно: реальное и медиа-пространство. Так, второе поле является для личности дополнительным пространством для построения своей идентичности в пространстве онлайн. И здесь уже ученые говорят о таком явлении, как цифровая (сетевая) идентичность – это «проект личности в онлайн-пространстве, представляющий собой метастабильное образование, которое творчески раскрывается в зависимости от возможностей, которые предоставляет тот или иной интерфейс, направленный на удовлетворение разных потребностей индивида» [3].

Здесь, в социальных медиа, идентичность тоже может быть представлена, как персональная идентичность, так и групповая, поскольку социальные медиа предоставляют возможность масштабировать реальность [4]. Одна из самых наглядных групповых идентичностей представлена сообществами\группами в социальных сетях, в том числе и группами русского сообщества за рубежом. Но также контент группы сообщества может выступать для участников в качестве контекста для формирования своей собственной персональной идентичности, в том числе цифровой, которая выстроена в виде личных страниц в социальных сетях [5].

Получается, схематически взаимодействие цифровой идентичности русского сообщества за рубежом и выстраивания идентичности выглядит следующим образом (см. рис. 1).

Итак, в разных трактовках понятием «идентичность» обозначается целый ряд феноменов индивидуального сознания и характеристик социальных общностей. Но при всей специфичности каждой трактовки в них есть общие моменты [6]: во-первых, все они возникают на стыке психологии, антропологии и социологии или появляются в результате отдельных психологических, антропологических и социологических исследований; во-вторых, это понятие, как правило, фиксирует единство внутриличностных и социально-культурных процессов.



Рис. 1. Структура идентичности

В данном случае мы ориентировались на три основные теории: это теория «социальных медиа» антрополога Д. Миллера, понимание идентичности Р. Брубейкера, а также теория «трансэмиграции» немецкого исследователя Л. Приса. Три эти теории объясняют сложнейшие моменты в определении цифровой идентичности русского сообщества, а именно: существование слабых категорий идентичности, создание собственного социального поля русским сообществом в принимающей локации, а также использование социальных сетей как технологии для масштабирования социальности. С данной точки зрения, идентичность русского сообщества является сложным конструктом, который представляет собой многоуровневую структуру, существующую или «рассеченную» на цифровое присутствие и оффлайн-пространство. В каждом из этих разделений существует своя структура, которая выстраивается из групповой и персональной идентичности. В социальных медиа групповая идентичность русского сообщества представлена в виде открытых\закрытых групп, а персональная – в виде личных страниц участников сообщества и их сетевой коммуникации. В реальной жизни идентичность также подразделяется, но здесь групповая идентичность зависит от выбора индивидом

причисления себя к группе, а также от чувства тождества, личностная же имеет сильную этническую категорию, а слабые категории (например, использование языка) зависят от контекста социальной реальности. В то же время группы русского сообщества могут выступать для участников также контекстом, способствующим видоизменениям и конструированиям персональной, в том числе и цифровой идентичности. И единственным сильным (неизменным) конструктором объекта исследования является этническая идентичность изучаемого сообщества.

По данным, полученным в результате интервью с информантами, русские диаспоры в Китае, Франции, Ирландии выстраивают собственные стратегии по сохранению русской идентичности. Каждая из диаспор создает на территории страны, где пребывает, собственное социальное поле, которое преодолевает географические, политические и культурные границы, и воссоздает русское пространство на территории принимающей локации. Так, «родная среда», встроенная в принимающую локацию, не дает эмигрантам стать изгоями двух культур, а, наоборот, помогает им существовать в двух локациях одновременно [7]. Данная среда, сформированная групповой идентичностью русского сообщества, влияет на персональную идентификацию каждого участника сообщества в отдельности, помогая участникам сохранять и восполнять слабые категории идентификации. И в целом, каждая из диаспор использует совершенно одинаковый набор этих самых категорий. Однако их использование отличается смысловыми нагрузками, чем обуславливается разница в стратегии каждой из стран. И эти отличия проявляются в виде пяти факторов: мотивация русских эмигрантов участвовать в жизни русского сообщества, цифровая открытость сообщества, отношения внутри сообщества, отношения сообщества с местным населением, а также присутствие русского сообщества в социальных сетях. Из чего следует, что русское сообщество каждой из стран выстраивает стратегии по сохранению русской идентичности в соответствии с географическими, политическими и культурными особенностями стран, где пребывает диаспора.

Информанты подтвердили, что, несмотря на одинаковый набор категорий идентичности русского сообщества за рубежом,

каждая из диаспор вкладывает в категории свои собственные смысловые значения, на которые во многом влияют политические и культурные особенности принимающего сообщества. Каждая из диаспор (Китая, Ирландии, Франции) создает на территории страны, где пребывает, собственное социальное поле, которое преодолевает географические, политические и культурные границы, и воссоздает русское пространство на территории принимающей локации. Все сообщества соотносят себя с историей России, все организуют культурные мероприятия и народные праздники, что помогает участникам в отдельности восполнять слабые категории идентификации. Однако использование данных категорий принципиально отличается смысловыми нагрузками, чем обуславливается разница в стратегии каждой из стран отличаются. Нетнографический анализ русских групп в Facebook подтверждает, что цифровая групповая идентичность русского сообщества зависит от его оффлайн-активности и повторяет его реальную жизнь в цифровом формате, не имея дополнительных расширений.

СТРАНА\ ХАРАКТЕРИСТИКА	ИРЛАНДИЯ	ФРАНЦИЯ	КИТАЙ
Мотивация участия в жизни сообщества	Общение	Самореализация	Создание деловых связей
Характеристика цифровой открытости	Частичная (групповая)	Полная (личная и групповая)	Закрытая
Отношения внутри сообщества	Деление на группы	Командная работа	Партнерские отношения
Отношения с местными жителями	Нейтральное	Партнерские\ Дружеские	Изменчивые (политическая ситуация)
Присутствие в социальных сетях	Instagram Facebook WhatsApp Вконтакте Viber Одноклассник и	Facebook Instagram Вконтакте	QQ WeChat

Рис. 2. Особенности идентичности русского сообщества

Таким образом, особо выделяются пять основных различий в стратегиях сообществ по сохранению идентичности за рубежом, которые заключаются в следующих факторах: мотивация русских эмигрантов участвовать в жизни русского сообщества, цифровая открытость сообщества, отношения внутри сообщества, отношения сообщества с местным населением, а также присутствие русского сообщества в социальных сетях (см. рис. 2). Из чего следует, что русское сообщество каждой из стран выстраивает стратегии по сохранению русской идентичности в соответствии с географическими, политическими и культурными особенностями стран, где пребывает диаспора.

Список литературы

1. Маклюен М. Понимание медиа: внешнее расширение человека / пер. с англ. В. Г. Николаев. М., 2003. С. 198-206.

2. Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления [Электронный ресурс] // ruthenia.ru: сайт философско-литературного журнала «Логос». 2019. URL: https://ruthenia.ru/logos/number/2000_4/10.htm. (дата обращения: 12.11.2018г.)

3. Трофименко Г.С. Некоторые особенности личностной идентичности современных подростков // Педагогическое образование в России. 2013.

4. Солдатова Е.Л. Эго-идентичность как системообразующий фактор формирования личностной зрелости // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер.: Психология. 2010. С. 66-74.

5. Маеда Д. Редизайн лидерства. Руководитель как творец, инженер, ученый и человек. М.: Альбина Паблишер. 2011. С.134.

6. Липманн У. Общественное мнение [Электронный ресурс] / baguzin.ru: сайт о менеджменте. 2013. URL:<http://baguzin.ru/wp/uolter-lipman-obshhestvennoe-mnenie> (дата обращения: 05.12.2018г.)

7. Брубейкер Р. Этничность без групп. М.: ИД ВШЭ. 2012. С. 61-122.