

ЭТНИЧЕСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В ПРОСТРАНСТВЕ ИНТЕРНЕТА

Холопов Д. А. (Сыктывкар, Россия)

Аннотация: В статье поднят вопрос отражения этнической идентичности в пространстве интернета. Основой для анализа послужили результаты опроса пользователей русскоязычного сегмента интернета. Было определено, что большинство опрошенных представителей различных этнических групп воспринимают процессы информатизации этноса и этнической идентичности как естественные.

Ключевые слова: идентичность, этническая идентичность, этничность, интернет, опрос

ETHNIC IDENTITY THROUGH THE INTERNET

Kholopov D. A. (Syktyvkar, Russia)

Abstract: The expression of the ethnic identity on the Internet is discussed in the article. The results of a survey of users of the Russian-speaking segment of the Internet was based for the analysis. The majority of the interviewed representatives of various ethnic groups perceive the processes of informatization of the ethnic group and ethnic identity as natural.

Keywords: identity, ethnic identity, ethnicity, internet, survey

Этнос, этничность, этническая идентичность и связанные с ними трансформационные процессы в современном мире вызывают множество дискуссий, требуют дальнейшего осмысления и совершенствования методологического аппарата. Проблема значительного ускорения передачи информационных потоков, радикальное изменение количественных и качественных характеристик информационного бартера в результате освоения новейших информационных технологий является знаковой чертой общества XXI века, которая не обошла стороной и феномен этничности. Этничность видится уместным определить в данном контексте как искусственно созданную информационную карту, состоящую из ряда структурных элементов. Однако в актуальной работе этничность следует уточнить более подходящим термином – «информационная этничность». Информационную этничность следует понимать как сконструированный символический образ, существующий только в интернет-пространстве, но при этом информационная этничность неразрывно связана с этничностью фактической, как ее можно трактовать, обращаясь к примордиалистской концепции. В пространстве интернета же мы имеем дело с условно-символическим «этническим договором».

В рамках данного исследования для рассмотрения вопроса практик репрезентации этнической идентичности в интернет-пространстве среди пользователей русскоязычного сегмента интернета был проведен опрос, в котором приняли участие 135 респондентов. Опрос включал в себя 15 вопросов, часть которых была направлена на определение пола, возраста, местоположения, этнической группы. Однако наибольший интерес в предложенной форме представляют открытые вопросы, касающиеся индивидуального восприятия этничности и вопросы, связанные с частотой использования родного языка, степени участия в жизни этнической социальной сети.

Необходимо учитывать, что интернет-опрос имеет свою специфику, вызывающую определенные погрешности при исследовании. Данный опрос опирался на простой случайный отбор, что связано со спецификой проведения опроса и случайной рассылкой по сообществам социальных сетей. Из плюсов такого подхода можно отметить достижение неоднородности совокупности и разнообразия ответов на открытые вопросы.

В опросе приняли участие 61 % мужчин и 39 % женщин из четырех возрастных групп: 20 % респондентов возрастной группы 14–20 лет; 45 % – 20–35 лет; 30 % – 35–60 лет; 5 % – более 60 лет.

Данное возрастное распределение было взято за основу по следующим причинам: 1) 14–20 лет – переходный возраст и ключевой этап формирования личности, кроме того, на сегодняшний день данная возрастная категория более всех остальных мобильна в интернет-пространстве, соответственно, сеть оказывает на нее наибольшее влияние и выступает одним из агентов социализации;

2) 20–35 – категория относительно устоявшегося мировоззрения и костяк интернет-пространства, наиболее устойчивая группа пользователей;

3) 35–60 и >60 – возрастные группы, менее всего привязанные к интернет-пространству и, классически, наиболее консервативные.

В опросе приняли участие представители 23 этнических групп, проживающие в Москве и Московской области, Санкт-Петербурге, Республике Коми, Кировской области, Пермском крае, Нижнем Новгороде, Костроме и др. Кроме того, в опросе приняли участие 10 постоянно проживающих за пределами России русскоязычных респондента: два украинца (Харьков, Днепр), два эстонца (Тарту, Таллин), одна смешанная венгерка-удмуртка (Румыния), один коми (США, Сизтл), три русских (Норвегия, Канада, Рига), один ингерландец (Эстония). Таким образом, в опросе приняли участие

представители 41 субъекта Российской Федерации и 7 иностранных государств. Подобная неоднородность участников опроса пошла на пользу исследованию, поскольку позволила увидеть ответы на поднятые вопросы с разных позиций.

Наиболее представленные этнические группы: русские – 25 %, коми – 14 %, меря – 11 %, мари – 9 %, что в сумме составляет 59 % совокупности. Кроме того, необходимо обратить внимание на 11 респондентов, которые определили свою этническую принадлежность как смешанную («сдвоенная» или «мультиэтничность»). В ответах присутствуют такие варианты: венгерка-удмуртка, русский-украинец, коми-русский, русский-мари, русский-удмурт, русский-меря, вепс-русский-ашкенази, карел-ингерламандец-финн, русский-мордвин, монгол-русский. Также в опросе приняли участие четыре человека, затруднившиеся с определением своей этнической группы.

Вопросы в предложенной респондентам форме были сгруппированы следующим образом. Один вопрос – определение степени этнического самосознания респондентом (постоянная демонстрация – полное безразличие). Один вопрос – частота использования родного языка. Два вопроса – изучение степени участия в жизни информационного этноса, один – необходимости информационного развития этноса (популяризация). Шесть вопросов – нахождение позиции респондента относительно интернет-пространства как информационной площадки и его отношения к развитию этноса в сети: 1) хорош ли интернет для популяризации; 2) какими именно информационными практиками можно популяризовать этнос респондента; 3) как респондент относится к информатизации этничности и этноса.

Таким образом, опрос преследовал следующие цели и задачи: 1) определить, насколько сильна тенденция по информатизации этноса в представлении респондентов; 2) выявить наиболее востребованные информационные практики с позиции представителей разных этнических групп; 3) какие изменения в структуре этничности несет информатизация этноса.

Абсолютное большинство респондентов (86 %) согласны с тем, что интернет-пространство – это хорошая среда для популяризации своей этнической группы. Часть респондентов в рамках опроса пояснили свой ответ. Так 17 опрошенных уточнили, что на сегодняшний день это основная среда передачи информации и крайне мощный инструмент формирования этничности; 9 респондентов считают, что жизнеспособный этнос постоянно создает новую культуру, а нынешняя культура все сильнее уходит в интернет; 11 респондентов отметили,

что интернет крайне удобен для накопления и передачи информации, еще 5 респондентов полагают, что расширение этноса в информационной среде позволяет привлекать молодежь.

Часть опрошенных (11 %) считают иначе: 4 респондента в целом негативно относятся к феномену этничности («атавизм XXI века»); 1 респондент считает, что его этническая группа утратила свою уникальность и популяризовать попросту нечего; 2 респондента полагают, что информация затеряется в интернет-пространстве («в сети любая информация поглощается постмодерном»). Затруднились ответить всего 3 % опрошенных.

Еще один вопрос опроса звучал так: «Согласны ли Вы с утверждением, что этнические сообщества в интернет-пространстве представляют собой культурные автономии нового типа, которые позволяют человеку в любое время и в любом месте чувствовать единство со своей этнической группой?» Однозначно согласились с утверждением 58 % респондентов, допустили такую возможность 9 %, согласились частично 8 %, не согласились 18 %, затруднились ответить 7 %.

Стоит дать некоторые пояснения к ответам согласившихся респондентов: «интернет прекрасно дополняет сетевую структуру любого сообщества в виде некой грибницы», «Да. Это становится ещё одним способом репрезентации себя как представителя этой группы, однако в цифровом измерении. В таких случаях, солидарность растёт не в реляционной сети (знакомые-друзья), а в категориальной («мы-они»)». Помимо данных примеров, упоминание того, что этнические социальные сети способствуют сбору рассеянного территориально этноса и формируют единое информационное поле, встречается в семи ответах.

Из ответивших отрицательно, 10 респондентов указали, что невозможно полностью цифровизировать этничность, а 8 респондентов отметили, что это лишь одно из направлений деятельности этнического сообщества, связанное с популяризацией группы. Еще трое несогласных с утверждением респондентов дополнили свой ответ критикой этничности в принципе (социально-экономический конструкт). Из согласившихся частично шесть респондентов пояснили, что этнические социальные сети являются дополнением к этносу фактическому, но никак не могут быть его полноценной заменой. Таким образом, шесть респондентов опровергли часть утверждения про автономность сетевых сообществ, но согласились со второй частью утверждения.

Таким образом, можно с определенной уверенностью заключить, что для большинства респондентов интернет-пространство однозначно является признаваемой средой для распространения и популяризации своей этнической группы или информационно-культурным полем этноса. Большая часть респондентов согласны с тем, что этнические сообщества в интернет-пространстве являются органическим продолжением фактического этноса и способствуют сохранению информационной целостности этноса, его распространению вовне и сохранению внутренней причастности представителей группы к общему единству. Иначе говоря, мы наблюдаем тот самый этнический договор в интернет-пространстве, неразрывно связанный с этносом фактическим.

Достаточно интересны ответы респондентов относительно цифровизации культуры. Вопрос звучал так: «Как Вы думаете, интернет-творчество с этнической тематикой (фанфики, арты, музыка и др.) может считаться новым этапом развития этнической культуры? Должно ли оно поддерживаться?». В общей сложности 75 % респондентов согласны с тем, что интернет-творчество на этническую тематику представляет собой новый этап развития этнической культуры, только 18 % не разделяют данную позицию; 41 % ответили о необходимости поддержки цифрового творчества; 4 % указали, что поддерживаться оно не должно. Затруднились ответить на вопрос 7 % опрошенных.

При этом девять согласившихся с утверждением респондентов отметили необходимость модернизации этнической культуры, выведения ее на цифровой уровень, адаптации под современные стандарты. Данные пояснения можно проиллюстрировать одним из ответов: «Да, несомненно. Мы должны преодолеть глупую идею, что национальная культура – это одежда и песни XIX века. Жизнеспособный народ постоянно создаёт новую культуру». В 12 ответах также было указано, что информационное творчество благоприятно влияет на популяризацию и развитие этнической группы и способствует привлечению молодежи. Относительно поддержки этнического интернет-творчества три респондента отметили необходимость государственной поддержки; пятеро указали, что поддерживаться данное творчество должно исключительно этническим сообществом. Среди тех, кто не считает интернет-творчество новым этапом развития этнической культуры, пятеро указали в пояснении, что это просто определенный этап популяризации культуры/дополнение к традиционным формам социализации. Еще четверо опрошенных

пояснили свой ответ тем, что этничность – архаический конструкт (как и в предыдущем вопросе).

Таким образом, можно сделать вывод, что для абсолютного большинства респондентов цифровизация этноса и этнической культуры является осознанным и необходимым для развития фактического этноса этапом или, говоря иначе, проблемой этногенеза в современном информационном пространстве и вопросом жизнеспособности этнической группы. Абсолютное большинство респондентов так или иначе поддерживает тенденцию цифровизации этничности и этноса по вышеуказанной причине. Иллюстрацией данной ситуации, опять же, становится один из ответов на вопрос о сетевом творчестве: «без этого никакое развитие в наше время невозможно».

Следующие вопросы относились к информационным практикам репрезентации этничности в интернет-пространстве. Для характеристики общей картины уровня этнического самосознания респондентов по шкале «регулярная репрезентация – безразличие» был включен вопрос: «Насколько сильно Вы ощущаете связь со своей этнической группой?». Вопрос собственной идентичности волнует 85 % опрошенных, что является для данного исследования ключевым моментом, независимо от степени проявленности; 13 % респондентов отметили, что они безразличны к своей этнической принадлежности; 2 % затруднились ответить. Таким образом, для большинства опрошенных репрезентация своей этничности – вопрос, в котором они заинтересованы. Об этом свидетельствуют ответы и на следующие вопросы: «Вы подписаны на этнические сообщества/изучаете интернет-ресурсы, связанные с Вашей этнической группой/смотрите мемы, видео и иной интернет-контент, связанный с Вашей этнической группой?»; «Вы продвигаете информацию о своем этносе в интернете (распространяете или создаете этнический контент)?»; «Как Вы думаете, Вашей этнической группе нужна большая популяризация в интернет-среде?». Согласно ответам опрошенных, 65 % респондентов нуждаются в большей популяризации своей этнической группы; 18 % ответили отрицательно; 17 % затруднились с ответом, соответственно. Также 71 % участников опроса подписаны на этнические сообщества и 56 % участвуют в популяризации своей этнической группы.

Но наибольший интерес для данного исследования представляет то, какой смысл респонденты вкладывают в информационную этничность и какие информационные практики считают наиболее предпочтительными. В данном случае респондентам были предложены открытые вопросы с возможностью указания собственного мнения, что

вызвало у части участников затруднения. Однако наиболее полные ответы на следующие вопросы достаточно очевидно отражают востребованность того или иного трансляционного канала для получения/передачи информации об этносе.

Респондентам было предложено описать, что лично для них представляет собой этническая идентичность в интернет-пространстве, и важно ли проявлять ее в сети. 52 участника опроса четко обозначили важность проявления этнической идентичности в сети, но примечательно то, что под этим наиболее часто подразумевается. В ответах респондентов 48 раз встречается упоминание принадлежности к группе (чувство единства, общение с представителями своего этноса, публичная манифестация своей этнической идентичности и др. подобные ответы); 37 раз – знание и использование родного языка; 36 раз – популяризация культурно-исторического наследия группы; 35 раз – этнический контент. Данная статистическая картина особенно интересна, учитывая, что только 13 человек изначально отметили, что постоянно используют в сети интернет свой родной язык.

При ответе на вопрос: «Как Вы думаете, что более всего могло бы способствовать репрезентации Вашей этничности в интернет-пространстве?», наиболее часто упоминалась необходимость популяризации родного языка посредством языковых ресурсов (28 раз), создание и популяризация медиаресурсов (24 раза), под которыми понимаются этнические сообщества в социальных сетях, этнические веб-сайты, этноблоги, странички. Также респонденты часто указывали необходимость популяризации фольклора, культуры и развития этнической литературы (16 раз) и увеличения числа научно-популярных публикаций на этническую тематику, популяризацию этнической группы в науке (13 раз). Замыкают число наиболее востребованных практик видеоролики на этническую тематику (10 раз).

Таким образом, необходимо сделать следующие выводы по данной работе. Этнос и этничность стремительно информатизируются, и это воспринимается подавляющим большинством представителей этнических групп как естественный процесс. Наиболее популярными информационными практиками в интернет-пространстве являются медиаресурсы, направленные на популяризацию и поддержание самобытности этнической группы. Специфической чертой структуры информационной идентичности является довлеющая роль символической веры в единство группы.

Несомненно, делая такие выводы, необходимо учитывать крайнюю разнородность выборки и ее ограниченность. Результаты данного опроса лишь частично могут проиллюстрировать те процессы, которые происходят с этнической идентичностью в интернет-пространстве. Для дальнейшего исследования необходимо расширить базу исследования.