

ВИРТУАЛЬНЫЙ ОБРАЗ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ФИЛФАКА БГУ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ FACEBOOK

Вячеслав ДОЛГОВ,
др. фил. наук, конф.,
Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți

Повседневную реальность сегодня невозможно представить без сети Интернета, которая активно используется (в том числе преподавателями) для поиска информации, коммуникации и проч. Присутствие преподавателей в социальных сетях является тем фактором, который делает возможным формирование у заинтересованных студентов определенного представления о педагогах.

Виртуальная идентичность (как результат самоотождествления) в последнее время все чаще выступает предметом изучения специалистов различных отраслей знания. Для определения данного феномена используются различные термины: «метаидентичность», «киберидентичность», «сетевая идентичность», «репостидентичность», «идентичность в виртуальном пространстве», «виртуальный образ», «виртуальный человек / личность» и др. Не будем рассматривать подробно содержание данных терминов и понятий, отметим лишь, что в рамках данной работы под виртуальным образом преподавателя мы понимаем результат познавательной деятельности реципиента, отражение в его сознании представлений о преподавателе как явлении объективной реальности, но сформированном на основе информации, поступающей из киберпространства. В этом отношении следует особо подчеркнуть, что исследователи выделяют целый ряд различий между реальной и виртуальной идентичностью человека, в числе которых для нас наиболее важной является такая особенность как «настраиваемость». Человек в киберпространстве осознанно, ситуативно обусловленно или неосознанно создает определенный образ, и виртуальная идентичность в отличие от реальной обладает большей гибкостью, возможностью индивида контролировать и своевременно

корректировать ее в зависимости от изменившихся условий коммуникации в виртуальной среде (Войскунский и др. 2013:1). Так, если реципиент в ленте субъекта часто видит посты (короткие тексты, фото, видео и проч.) о семье, родителях, детях, он, скорее всего, придет к суждению о том, что личность субъекта (в данном случае виртуальную) характеризует приверженность семейным ценностям. Или, если субъект часто постит рецензии и отзывы на определенные постановки, подборки спектаклей, собственные впечатления о конкретных постановках, информацию о премьерах в театрах города и страны, то реципиент (с высокой долей вероятности) сделает вывод о том, что субъект наблюдения – театрал. Отметим также еще один важный, на наш взгляд, вывод исследователей о том, что формирование виртуальной идентичности происходит двумя путями: за счет переноса элементов идентичности в виртуальный мир из реального или через активную деятельностную позицию субъекта в киберпространстве (Жичкина; Белинская 2000:2).

В рамках данного исследования объектом изучения выступает виртуальный образ⁸ преподавателя филологического факультета БГУ, а предметом – профессиональный компонент в структуре обобщенного виртуального образа. В качестве материала использовались посты профилей преподавателей филологического факультета в Facebook. Методом сплошной выборки аккумулировались материалы за период с октября 2017 по сентябрь 2018 года включительно. Основными методами исследования являются теоретический анализ, синтез, обобщение, статистический метод.

Исследование включало два этапа. На первом планировалось установить, какое количество профилей преподавателей филфака студент – активный пользователь Интернета и соцсетей – сможет идентифицировать, опираясь на списки сотрудников четырех кафедр, представленные на официальном сайте вуза. В результате были

⁸Виртуальный образ как ментальный конструкт мы не можем прямо наблюдать, но изучать его можно опосредованно, в данном случае, на материале постов в социальных сетях, которые играют важную роль в формировании его конкретного наполнения. Другим важным источником информации об образе преподавателя, полагаем, могут также служить данные анкетирования реципиентов.

идентифицированы профили **54** преподавателей. Отметим, что в списках сотрудников четырех кафедр, опубликованных на официальном сайте университета, указан **91** человек (см. Рис. 1).

На этапе сбора информации по каждому профилю заполнялась анкета, в которой отмечалось количество постов в месяц, а также их принадлежность к определенной тематической группе.

По нашей гипотезе, релевантной для реципиента (с точки зрения влияния на содержание виртуального образа) является информация, выделяющаяся из общего массива постов своей частотностью и, соответственно, отнесенностью к определенной сфере / теме. В связи с чем первый крупный тематический блок анкеты мы отвели личной сфере (в широком понимании) и включили в него такие рубрики, как «здоровье», «красота», «еда», «деньги», «общество (события, политика и проч.)», «культура», «животные», «природа», «высказывания, афоризмы», а также «личная жизнь (семья, дети, родители и проч.)». Данные о постах на иные темы включались в рубрику «другое». Второй – более важный для нас в рамках предпринятого исследования – тематический блок «профессиональная деятельность» включал меньшее количество рубрик: «события на кафедре / факультете / в университете / в системе образования», «конференции / программы мобильности», «книги / журналы / библиотеки (в том числе виртуальные)» и «другое».

Анализ собранного материала позволил сделать ряд выводов. Так, на этапе начального ознакомления с профилями преподавателей субъект наблюдения получает информацию об их образовании и принадлежности к преподавательскому составу Бельцкого госуниверситета в более чем половине случаев (см. Рис. 2).

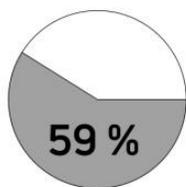


Рисунок 1. Количество профилей в Facebook.

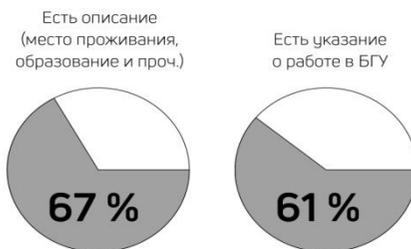


Рисунок 2. Описание в профиле.

Преподаватели филологического факультета показали различный уровень активности в Фейсбуке, что, очевидно, обусловлено индивидуально-личностным характером восприятия некой «нормы»: так, если одни постили одну-две публикации в месяц, то другие – более чем **140**. Абсолютный минимум и максимум количества постов за анализируемый период представлен в Рис. 3. Отметим, что здесь не учитывались функционально «мертвые» профили, показавшие в течение года нулевую активность.

Общее количество проанализированных постов, выявленных студентами профилей сотрудников четырех кафедр, составило **9666**. Большая их часть тематически относится к сфере личного, а посты, прямо или косвенно связанные с профессиональной деятельностью преподавателей вуза, занимают **17%** от общего числа сообщений (см. Рис. 4).



Рисунок 3. Количество публикаций в год

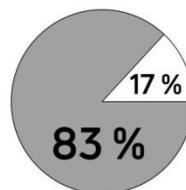


Рисунок 4. Соотношение публикаций, связанных с профессиональной и личной сферами.

В тройку месяцев, характеризующихся максимальной активностью размещения постов сферы личного, входят август 2018 г., декабрь 2017 г. и ноябрь 2017 г. Максимальной активностью в плане размещения сообщений профессиональной сферы были отмечены октябрь 2017 г., сентябрь 2017 г. и июнь 2018 г. (см. Рис. 7).

Сфера личного	10,7%	12,3%	6,7%	8,9%	5,7%	5,6%	6,5%	5,1%	7,3%	12%	9,8%	9,4%
Сфера профессионального	13,1%	7,7%	9,8%	9,9%	10,1%	5,5%	5,7%	4,3%	3,4%	7,3%	5,7%	175%
	сентябрь	август	июль	июнь	май	апрель	март	февраль	январь	декабрь	ноябрь	октябрь

Рисунок 7. Количество сообщений в процентном соотношении по месяцам.

В гендерном аспекте обнаруживается дисбаланс (лишь **11%** от

общего числа анализируемых профилей принадлежат мужчинам), который легко объясним сформировавшейся традицией, в соответствии с которой в сфере образования работают, как правило, женщины.

Если с учетом доминанции определенных тем воссоздать собирательный виртуальный образ преподавателя филфака, то субъект наблюдения, очевидно, сделает такие выводы о нем:

- в первую очередь, является приверженцем семейных ценностей, поэтому сообщения о наиболее существенных или просто примечательных событиях в семье (в широком понимании) характеризуются приоритетностью;
- во-вторых, в область интересов типажа входят события, произошедшие в обществе и сфере культуры;
- в-третьих, вопреки распространенным гендерным стереотипам, данный образ менее всего озабочен вопросами материального характера, красоты, кулинарии и здоровья. Рейтинг тем **8007** постов, связанных со сферой личного, а также **1659** сообщений, имеющих отношение к профессиональной сфере, представлен в Рис. 5.

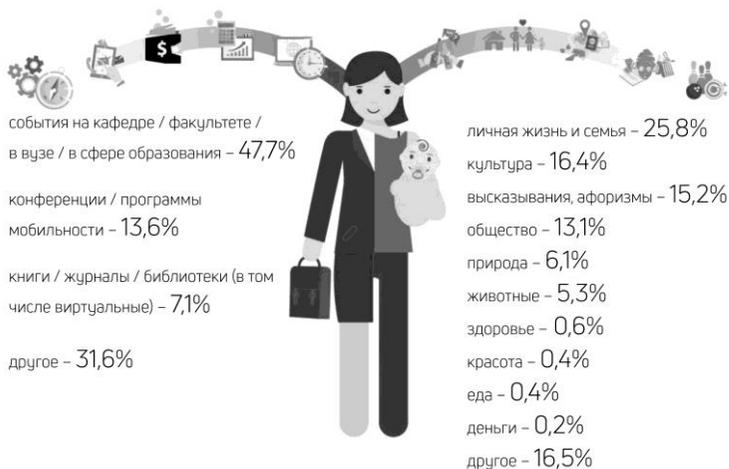


Рисунок 5. Рейтинг тем.

Отметим, что большинство постов, связанных с профессиональной деятельностью, посвящено заслуживающим внимания событиям, произошедшим на кафедре, факультете, в вузе или же в системе образования в стране, а наименьшее – сообщениям о

книгах, публикациях, библиотеках (в том числе виртуальных), образовательных сайтах.

В целом, наибольшей активностью в размещении постов различного содержания характеризуются август 2018 г., декабрь 2017 г. и сентябрь 2018 г. Общая картина годовой активности представлена в Рис. 6.

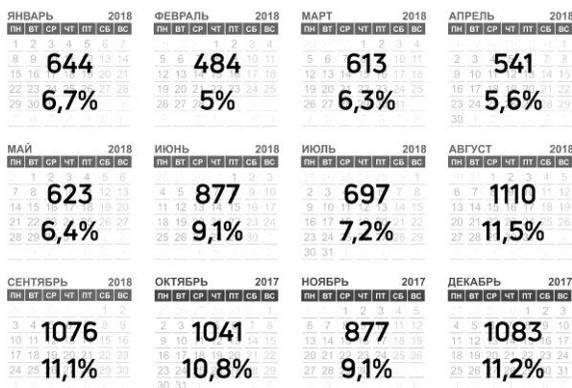


Рисунок 6. Совокупное количество сообщений в месяц (число / процент от общего числа).

Литература:

Войсунский А. Е., Евдокименко А. С., Федунина Н. Ю. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование // Журнал Высшей школы экономики. 2013. Т. 10, № 2. С. 98–121.

Жичкина А. Е., Белинская Е. П. Самопрезентация в виртуальной коммуникации и особенности идентичности подростков – пользователей Интернета // Образование и информационная культура. Социологические аспекты: труды по социологии образования. Т. V. Вып. VII / под ред. В. С. Собкина. Москва: Центр социологии образования РАО, 2000. С. 431–460.