



Взаимосвязь социальной идентичности студентов и их самооценки в контексте социализации

Т. Л. ЧЕРНЫШЕВА

АННОТАЦИЯ

Введение. Социализация студенческой молодежи сегодня происходит под мощным влиянием цифровизации, что имеет как позитивные, так и негативные стороны. Задачей вуза является минимизация стихийного воздействия на студентов сетевого контента посредством целенаправленно создаваемых условий и мер, обуславливающих формирование адекватной самооценки в процессе социализации.

Целью исследования является обнаружение приоритетного вида идентичности студентов и его влияния на их самооценку, выработка предложений по укреплению неvirtуальных видов идентичности – университетской, профессиональной, региональной и т. д.

Материалы и методы. Исследование проводилось в 2020 и 2024 году. В 2020 году в исследовании приняли участие 53, в 2024 – 50 студентов направления «Менеджмент» факультета бизнеса Новосибирского государственного технического университета (Российская Федерация). Особенности самооценки студентов анализировались сквозь призму идентичности, то есть учитывая тот факт, что индивид манифестирует самовосприятие по факту ассоциации себя с определенными социальными группами. Проводились опрос посредством анкетирования и тестирование с помощью «теста из двадцати утверждений» М. Куна и Т. Макпартленда. В анкете использовались закрытые альтернативные вопросы. Данные обрабатывались и визуализировались с помощью метода столбчатых и круговых диаграмм.

Результаты исследования. Исследования выявили влияние преобладающей сетевой идентичности студентов на формирование их завышенной самооценки как представителей социальной сети и заниженной – как представителей студенческого сообщества в реальной жизни. Ощущая себя в контексте сетевой идентичности, студенты склонны переоценивать свои реальные возможности, при этом в контексте студенческого сообщества самооценка снижается по мере того, как увеличивается время, проводимое студентами онлайн. Среди представителей группы, находящихся в Интернет от 3 до 5 часов в день, среднее число процентов самооценки студентов как представителей сетевого сообщества – 82 положительных и 18 отрицательных; как представителей студенческого сообщества – 31 положительных и 69 отрицательных (2020). В 2024 году – сетевое сообщество – 79 положительных и 21 отрицательных; студенческое сообщество – 33 положительных и 67 отрицательных.

Выводы. Исследования инициируют разработку комплексной социализирующей стратегии, реализуемой посредством цифровой экосистемы университета, способной сделать процессы межличностной коммуникации в его внутреннем и внешнем контуре относительно управляемыми. Внедрение коммуникационной платформы в образовательно-воспитательные процессы в университете позволяет вывести студентов из их индивидуальных сетевых миров и сформировать студенческую идентичность, заметно расширив диапазон их контактов и создав потребность в сотрудничестве.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

цифровые технологии, социализация, я-концепция, идентичность, самооценка, ценности, третья миссия университета, цифровая UCaaS-платформа

Для цитирования: Чернышева Т. Л. Взаимосвязь социальной идентичности студентов и их самооценки в контексте социализации // Перспективы науки и образования. 2025. № 4. С. 383–402. <https://doi.org/10.32744/pse.2025.4.25>

Поступила: 16.02.2024 | Одобрена: 23.04.2025 | Опубликована: 31.08.2025



Лицензия «С указанием авторства — С сохранением условий». Позволяет перерабатывать, исправлять и развивать произведения при условии указания авторства и лицензирования производных работ на аналогичных условиях.



The relationship between students' social identity and their self-esteem in the context of socialization

T. L. CHERNYSHEVA

ABSTRACT

Introduction. The socialization of student youth today is taking place under the powerful influence of digitalization, which has both positive and negative sides. The university's task is to minimize the spontaneous impact of online content on students through purposefully created conditions and measures that affect the formation of adequate self-esteem in the process of socialization.

The aim of the study is to identify the priority type of identity of students and its impact on their self-esteem, to develop proposals for strengthening non-virtual types of identity - university, professional, regional, etc.

Materials and methods. The study was conducted in 2020 and 2024. In 2020, 53 students participated in the study, and in 2024 – 50 students of the Department of Management at the Faculty of Business of Novosibirsk State Technical University (Russian Federation). The peculiarities of students' self-esteem were analyzed through the prism of identity, that is, taking into account the fact that an individual manifests self-perception by associating himself with certain social groups. A survey was conducted through questionnaires and testing using the «twenty-statement test» by M. Kuhn and T. McPartland. The questionnaire used closed alternative questions. The data was processed and visualized using the method of bar charts and pie charts.

The results of the study. The research revealed the influence of the prevailing online identity of students on the formation of their overestimated self-esteem as representatives of the social network and underestimated self-esteem as representatives of the student community in real life. Feeling themselves in the context of online identity, students tend to overestimate their real capabilities, while in the context of the student community, self-esteem decreases as the time spent online by students increases. Among the representatives of the group who are online from 3 to 5 hours a day, the average percentage of students' self-assessment as representatives of the online community is 82 positive and 18 negative; as representatives of the student community – 31 positive and 69 negative (2020). In 2024, the online community – 79 positive and 21 negative; the student community – 33 positive and 67 negative.

Conclusions. The research initiates the development of a comprehensive socializing strategy implemented through the university's digital ecosystem, capable of making the processes of interpersonal communication in its internal and external circuits relatively manageable. The introduction of the communication platform into the educational processes at the university allows students to get out of their individual online worlds and form a student identity, significantly expanding the range of their contacts and creating the need for cooperation.

KEYWORDS

digital technologies, socialization, self-concept, identity, self-esteem, values, the university's third mission, digital UCaaS platform

For Citation: Chernysheva, T. L. (2026). The relationship between students' social identity and their self-esteem in the context of socialization. *Perspektivy nauki i obrazovaniya = Perspectives of Science and Education*, (4), 383–402. <https://doi.org/10.32744/pse.2025.4.25>

Received: 16 February 2025 | Approved: 23 April 2025 | Published: 31 August 2025



This is an open access article distributed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike International License (CC-BY-SA 4.0) that allows others to share the work with an acknowledgement of the work's authorship and initial publication in this journal

ВВЕДЕНИЕ

Идея о том, что социализация представляет собой неотъемлемую часть образования, осуществляемого на протяжении всей жизни человека, хотя и не являлась предметом отдельного внимания представителей международных организаций, но так или иначе звучала в программных документах ООН, посвященных образованию. В «Конвенции о борьбе с дискриминацией в области образования» (1960) [1], «Рекомендации о воспитании в духе международного взаимопонимания и сотрудничества, воспитания в духе уважения прав человека и основных свобод» (1974) [2], «Рекомендациях о статусе преподавательских кадров высших учебных заведений» (1997) [3] отмечается, что высшее образование должно быть направлено на развитие человеческого потенциала и прогресса общества. Провозглашается необходимость воспитания в духе сотрудничества, в результате которого у студентов вузов будет формироваться социальная ответственность, чтобы служить своей стране и миру.

«Цели развития тысячелетия» (2000-2015) [4] и преемник этой программы «Цели устойчивого развития» (2015-2030) [5] также демонстрируют понимание важности формирования человеческого капитала, о чем свидетельствуют цели 3 и 4 – «Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучия для всех в любом возрасте», а также «Обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех». Рассматривая другие цели устойчивого развития, трудно не сделать вывод о том, что реализация всех остальных целей так или иначе связана с образованием.

Всемирная конференция ЮНЕСКО по высшему образованию под названием «Высшее образование в области цифровой трансформации» (2022) представила дорожную карту развития высшего образования «За гранью возможного: новые способы переосмысления высшего образования» до 2030 года [6].

Документ конференции также постулирует важность социальной ответственности университетов в решении проблем неравенства и снижения устойчивости. Ключевым, на наш взгляд, является постулат о необходимости ухода высшего образования от модели, ориентированной преимущественно на передачу конкретных специальных знаний студентам (так называемой индустриальной модели). Выпускники должны не только обладать узкопрофессиональными знаниями, но и решать сложные общественные проблемы. Среди принципов, на которых должно базироваться высшее образование, следует отметить особо сотрудничество вместо конкуренции, внимание этическим ценностям и развитие креативности. Данные принципы можно осуществить только при создании условий для относительно управляемой социализации в вузе.

К научной литературе, важной для развития темы исследования, относится труд W. Fischman и H. Gardner, которые провели масштабное исследование, чтобы определить мотивацию студентов в процессе обучения, в результате которого сделали вывод, что не менее важным, чем непосредственно получение знаний, является микроклимат в учебной группе и университете в целом, состояние физического и психического благополучия, то есть успешная социализация. Ученые ввели понятие капитала высшего образования «higher education capital» – показатель развития мышления студента, в частности, его способности анализировать, рассуждать, продуктивно общаться [7]. Также значительно влияние трудов М. Кастельса [8], указавшего на колоссальное воздействие информационных технологий на все виды человеческой деятельности; В.А. Плешакова [9], введшего понятие киберсоциализации; Р.М. Айсиной и А.А. Нестеровой [10], определивших плюсы и минусы киберсоциализации, ее типы и сделавших вывод о необходимости создания новых технологий для развития социализации молодежи в цифровом пространстве.

Бесспорно, социализация студентов университета представляет собой серьезную проблему, которую целесообразно решать в рамках реализации третьей миссии университета – ее главным вектором является трансфер ценностей общества не только становящемуся на профессиональные рельсы поколению, но и всей окружающей университет широкой общественности. Если вовлекать студентов в круг активностей каждого из ее компонентов, то будет достигаться цель социализации – овладение знаниями и умениями для развития межличностных отношений и профессионального становления. Согласно определению А.В. Мудрика, социализация – это формирование человека в процессе усвоения культуры при взаимодействии его как со стихийными, относительно направляемыми, так и целенаправленно создаваемыми условиями жизни на всех возрастных этапах [11]. Рассматривать этот феномен необходимо через призму идентичности и

связанной с ней самооценкой индивида, поскольку это показатели, в большей мере влияющие на процесс овладения ценностями и нормами общества, получения новых знаний.

В условиях вуза речь идет о возможности относительно направляемой социализации, в рамках которой важнейшую роль играет формирование идентичности. По мнению А.Н. Леонтьева, идентичность – это тот параметр, который характеризует самосознание человека, включающее в себя самопознание на основе результатов собственной деятельности, наблюдение за эмоциональными состояниями, мыслями, переживаниями, самоконтроль, самооценку, самопринятие и самоуважение [12]. Все эти составляющие зависят от представления о себе как члене определенных социальных групп – профессиональных, корпоративных, сетевых, политических, национальных. Выбор той или иной группы в свою очередь обусловлен ценностями в сознании людей. Приходится констатировать, что сегодня ценности у подрастающего поколения формируются преимущественно посредством цифровых коммуникационных инструментов – мессенджеров, социальных сетей, чатов, блогов, стримов, онлайн-игр, а также средствами массовой информации, расположенными в сети. Согласно данным ВЦИОМ, около 92% молодых людей от 18 до 24 лет являются активными пользователями Интернет [13]. Интернет стал платформой обучения, просвещения, развлечения и самопродвижения. Опыт каждого пользователя получил возможность стать персонализированным и анонимным одновременно. Акцент молодежь делает на коммуникации.

Киберсоциализация предполагает изменение структуры самосознания и мотивационной сферы личности в результате взаимодействия с цифровыми технологиями в ходе жизнедеятельности индивида [9]. Она имплицитно адаптирует индивида к цифровой среде, то есть освоение технических моментов и информационной культуры, онлайн-навигации, основ программирования. Однако принципиально важно также добиться выработки таких «мягких» навыков, как самоконтроль, дисциплина, самоорганизация, способность к сотрудничеству. Киберсоциализация должна осуществляться посредством контролируемого вузом саморазвития, чего можно достичь с помощью цифровой платформы университета.

Сказываясь на мировоззрении, самоустановках и, соответственно, на поведении будущих профессионалов, влияние Интернет на процесс социализации студентов университета сегодня характеризуется отсутствием контроля. Вуз не анализирует спектр виртуальных интересов студентов и не оценивает позитивный или негативный характер влияния сети. Виртуальные сообщества поглощают индивидов, создавая такие формы общественных связей, когда человек при взаимодействии не только с виртуальными, но и реальными субъектами стремится перенести общение преимущественно в сферу онлайн-реальности. Посредством социальных сетей стимулируется формирование «сверх-я». Нахождение в потоке новой информации, исходящей из мирового сетевого сообщества, влияет на способы восприятия себя и окружающего мира, а также на способы принятия решений.

Модель «HomoCyberus», отражающая специфику современного молодого человека, имеет ряд специфических черт [9]. Помимо пристрастия к восприятию и распространению деструктивной информации, можно говорить об интернет-зависимости и девиантном поведении, проявляющемся в сильной раздражительности, неумении контролировать свои эмоции, пониженном уровне эмпатии. Наблюдаются проблемы с концентрацией внимания, запоминанием фактов, с доведением начатого дела до конца. Под впечатлением от демонстрируемых достижений друзей и знакомых развивается болезненное тщеславие. Склонность к приобретению информации преимущественно посредством визуальных образов, иллюстраций, инфографики, эмодзи, ориентированность на краткость и анонимность сессий виртуального общения создают проблемы при вступлении в живой контакт. У молодых людей обостряется чувствительность к социальному сравнению, что влияет на идентичность индивида в процессе вторичной социализации. Таким образом, без должного контроля взрослых наставников киберсоциализация приводит к деформации идентичности.

Э. Эриксон утверждал, что идентичность преимущественно обусловлена принадлежностью индивида к определенным социальным группам, с идентичностью теснейшим образом связана самооценка [14]. При формировании самооценки индивид оценивает успешность своих действий и проявлений через призму того, с какими явлениями, социальными группами он себя соотносит. Представляется актуальным изучение самооценки в структуре «я-концепции» студентов путем выявления основных социальных групп, к которым они себя относят, и определение способов ее

укрепления, что приведет к увеличению эффективности процесса их социализации. Без укрепления самооценки трудно говорить об эффективной социализации студентов. Релевантными видами исследования в данном случае выступают анкетный опрос и тестирование.

ОБЗОР ИСТОЧНИКОВ

Выводы современных ученых о воздействии информатизации на идентичность молодых людей основываются на заключениях таких ученых, как Э. Эриксон (значимость социального окружения на всех этапах развития субъекта, кризис идентичности) [14], К. Роджерс («я-концепция», формирующаяся при взаимодействии субъекта со средой) [15], А. Маслоу (потребность человека в самоактуализации) [16], Т. Парсонс (влияние – средство взаимообмена между людьми) [17].

В современную эпоху межсетевого интеллекта – спутника цифровой экономики – многие исследователи начали говорить о трансформации самоидентификации личности. Тревогу стало вызывать психическое здоровье студентов, интенсивно взаимодействующих с искусственной реальностью. Отсутствие благополучия начали связывать именно с идентичностью.

Э. Эриксон, который ввел это понятие в научный оборот, определил идентичность как «внутреннюю непрерывность во времени и пространстве принадлежности личности к определенному сообществу» [14]. По J. Cote, изучавшему концепцию Э. Эриксона, понятие идентичности связано с синонимичными концептами «самосознание» и «я-концепция», которые предшествуют ему [18]. Первым психологом, который начал разрабатывать «я-концепцию», был У. Джеймс. Он рассматривал глобальное личностное «я» как двойственную сущность, в которой соединяются «самосознание» и «я как объект». Познаваемое в себе и познающий субъект – это разные аспекты личности [19].

Согласно теории М. Кули, представление человека о самом себе формируется под влиянием точек зрения окружающих людей [20], а по мнению Д. Мида, оно обусловлено установленными с ними отношениями, совместной деятельностью. Д. Мид подчеркивает, что индивидуальное «я» – это своего рода социальная структура, порожденная опытом взаимодействия человека с другими людьми [21].

Через освоение культуры как сложного набора символов с общими для членов общества ценностями человек получает представление о себе как о личности, т. е. «я-концепцию». Это отражение социальных ролей и оценок его как личности другими людьми. В 1950-х годах «я-концепция» рассматривалась в трудах психологов-гуманистов К. Роджерса [15] и А. Маслоу [16] как установка личности по отношению к самой себе. Это устойчивая система представлений индивида о своих качествах, способностях, внешности, социальной значимости, которая является следствием социального взаимодействия. Система также включает осознание своих инстинктов, потребностей, интересов, стремлений и переживаний; ощущение себя как уникальной сущности. Основные положения К. Роджерса относительно теории «я-концепции» можно сформулировать следующим образом: «я-концепция» – это система самовосприятия человека, которая выступает важным фактором, определяющим его реакции на социальное окружение, поэтому через ее призму человек приписывает определенные смыслы тому, что происходит с ним и вокруг него [15]. Чтобы нормально развиваться как личность, человеку необходима позитивная «я-концепция». Р. Бернс вводит наряду с описательным компонентом «я-концепции» как совокупности всех представлений индивида о себе также компонент, связанный с отношением человека к самому себе или своим особым качествам – самооценку. Таким образом, «я-концепция» состоит из трех компонентов: когнитивного, эмоционального и поведенческого. Когнитивный компонент «я-концепции» – это совокупность знаний человека о самом себе; эмоциональный компонент – это аффективное отношение человека к самому себе; поведенческий компонент – реальные или потенциальные действия, совершаемые человеком по отношению к самому себе [22]. Таким образом, самооценка является важнейшим компонентом «я-концепции», по мнению Розенберга, этот конструкт сознания оказывает самое ощутимое воздействие на социальное поведение [23]. R. Wylie наряду со шкалой М. Розенберга анализирует методы измерения самооценки, которая отражает отношение к себе в целом или к определенным аспектам своей личности и деятельности [24]. Тестируя шкалу М. Розенберга, R. Monteiro et al. отмечают, что человек вовлечен в постоянный процесс сравнительного познания индивидом самого себя, самооценка – это эмо-

ционально-оценочный компонент «я-концепции» [25]. R. Harris, C. Snyder, рассуждая о деструктивном характере саморазрушения, подчеркивают важность адекватной самооценки в отличие от неадекватной, то есть заниженной или завышенной [26]. F. Rhodewalt et al. изучали влияние самооценки на демонстрацию способностей индивида, на укрепление или деградацию способностей. Адекватность самооценки выражает степень соответствия представлений человека о самом себе объективным основаниям данных представлений. За этим стоит позитивное отношение к себе, подразумевающее самоуважение, принятие себя, чувство самодостаточности. Адекватная самооценка проявляется в способности реалистично осознавать свои сильные и слабые стороны, свои способности по отношению к различным жизненным ситуациям [27]. A. Ahdel-Khalek полагает, что при адекватной самооценке человек ставит перед собой цели, которые достижимы и соответствуют его собственным способностям, берет на себя ответственность за свои неудачи и успехи, человек уверен в себе, способен к самореализации в жизни [28]. При завышенной самооценке высокие цели индивида не соответствуют его реальным возможностям, при заниженной – индивид не осознает или принижает свои возможности и не ставит соизмеримых им целей.

J. Cameron, E. White подчеркивают, что люди с завышенной самооценкой переоценивают свои достоинства и практически исключают недостатки. Для человека с завышенной самооценкой также характерны неспособность принять на себя ответственность за свои неудачи, высокомерие по отношению к людям, конфликтность, постоянное недовольство своими достижениями, эгоцентризм [29]. Следствием завышенной самооценки у студентов в условиях вуза является нежелание вступать в творческий контакт с преподавателями и скептицизм по отношению к предлагаемым ими новым методам и практикам получения знаний. Конфликтность приводит к стагнации личностного роста.

F. Rhodewalt указывают на склонность людей с заниженной самооценкой гипертрофировать значимость неудач. При низкой самооценке неуверенность, часто объективно необоснованная, становится устойчивым качеством личности и приводит к формированию таких черт, как инертность, пассивность, нерешительность, которые в конечном итоге создают у человека комплекс неполноценности [27]. В условиях учебного процесса зачастую имеет место обоюдный процесс обесценивания: преподаватели в своем стремлении получить более весомые итоговые результаты деятельности студентов принижают их промежуточные усилия жесткой критикой, и в качестве психологической защиты студенты обесценивают качество получаемых знаний и используемые преподавателями методы их передачи. В итоге происходит снижение самооценки как обучающихся, так и обучающихся, что пагубно сказывается на микроклимате вуза и образовательно-воспитательном процессе в целом. Данная проблема нуждается в отдельном пристальном рассмотрении и выработке мер по ее исправлению.

Очевидно, что как заниженная, так и завышенная самооценка являются одновременно и следствием, и предпосылкой неэффективной социализации, что во многом обусловлено переизбытком виртуальной сетевой коммуникации и дефицитом общения офлайн.

Таким образом, самооценка, которая непосредственно влияет на регуляцию поведения личности, состоит из трех параметров: (а) реальное отношение к себе – представления о своих физических данных, реальных способностях, статусе (чем человек является на самом деле); (б) социальное отношение к себе – представления индивида о том, что другие люди думают о нем; в) идеальную самооценку – представления о том, кем он хотел бы стать.

L. Vartanian, K. Nicholls полагают, что кардинальную роль в формировании самооценки играет сравнение образа реального «я» с образом идеального «я» [30]. По мнению K. Locke происходит интериоризация реакций людей на индивида: он чаще всего находится в окружении представителей определенных социальных групп, с которыми себя идентифицирует, имеет место интроецирование групповых стереотипов [31]. S. Zaw, M. Baldwin доказывают, что личностный рост индивида происходит тогда, когда трансформируется его самооценка с течением времени, когда реальное «я» сближается с идеальным. Несовпадение между реальным и идеальным «я» вызывает серьезные внутриличностные конфликты [32], которые усугубляются при нахождении в цифровой среде.

Сегодня практически у каждого студента есть страницы в социальных сетях, где указаны их официальные сетевые идентификаторы. Цифровые следы идентичности студентов позволяют сделать вывод о том, что их самопрезентации онлайн и в ходе учебного процесса офлайн

демонстрируют несоответствие. Можно говорить о фундаментальном диссонансе этих идентичностей у большинства студентов. Чувство свободы, не скованное условностями мира офлайн, позволяет выстраивать крайне субъективные представления о реальности и своем месте в ней. Проживание множества жизней, выполнение ролей, которые не являются свойственными в реальности – все это позволяет испытывать чувство единства с другими пользователями той же цифровой системы. Использование алгоритмов для когнитивного и эмоционального развития влияет на выбор стратегий совладания в реальной жизни – и это дистанцирование и избегание. А. Тхвостов, В. Емелин, Л. Коробейникова и А. Гиль, называя гаджеты средством расширения физической реальности [33: 34], считают, что сетевые ресурсы способствуют формированию расширенного представления о себе: здесь есть возможность сравнивать, соотносить себя с другими людьми по огромному количеству физических, психических и социальных параметров, которые являются результатом создания желаемого имиджа. П. Кисляков с соавт. подчеркивают важность сравнения социальных групп. Если социальная идентичность основывается на восприятии индивидом того, что определяет «мы» [35], то успешная социализация студентов характеризуется вхождением сразу в несколько социальных групп, то есть множественной социальной идентичностью. Членство в группе создает групповую идентичность, которая позволяет достичь положительной самооценки, отличая «свою» группу от группы сравнения по какому-либо ценностному критерию. По М. Hogg и G. Vogan стремление к позитивной идентичности означает, что понимание людьми того, кто они есть, часто определяется в терминах «мы», а не «я» [36]. Н. Tajfel и J. Turner считают, что жизненный контекст, в котором обучающиеся осознают себя, обеспечивает основу для идентификации и сравнения групп [37], и очень важно определить эти наиболее очевидные контексты для изучения самооценки студентов через идентичность. У современной молодежи происходит явное смещение идентичности с профессиональной, этнической, гражданской в сторону сетевой идентичности. Необходимо констатировать факт психологической зависимости от гаджетов, которые стали своеобразными «технологическими протезами», значительно расширившими границы реальности. В. Емелин, Е. Рассказова, А. Тхостов замечают, что студенты испытывают чувство тревоги и психологического дискомфорта в случае вынужденного отсутствия смартфона, как будто им ампутировали жизненно важный орган [38]. Они наделяют это средство коммуникации функциями поиска информации, устного и письменного счета, запоминания, навигации, что способствует потере их собственных когнитивных способностей. Л. Журавлева, Т. Кружкова, Т. Лазутина констатируют, что коммуникация переместилась в виртуальный мир, что негативно сказывается на самооценке, а значит, на качестве социализации в реальном мире [39]. Сильная психофизическая зависимость от гаджетов и, в частности, от социальных сетей приводит к формированию виртуальных ценностей. Исследователь Р. Инглхарт выделяет, например, такие ценности, как свобода выбора, индивидуальная независимость, самореализация [40]. Р. Himanen находит в этике хакеров такие ценности, как свобода доступа к информации, отказ от доверия к властям, антииерархическая децентрализация и способность создавать свои собственные миры [41].

В. Емелин в характере киберпанков выделяет индивидуализм, оторванность от власти и реальной социальной жизни, имитативность [42]. Л.Ю. Баева считает, что главной ценностью является гедонизм, поскольку, согласно исследованиям, основными видами деятельности в Интернет в основном являются игры и развлекательные сети, которые предполагают ведение альтернативной жизни, своего рода суррогаты офлайн-удовольствий [43]. А. Тхостов, К. Сурнов указывают, что в дополнение к удовлетворению потребности, для которой они были созданы, технологические протезы начинают удовлетворять другие потребности или даже генерировать их [44]. Ж. Бодрийяр проследил метаморфозу бестелесной анонимности и воинствующего нарциссизма [45]. Частная жизнь выносится на всеобщее обозрение, то есть процветают эксгибиционизм и нажива на конструировании собственного имиджа. Согласно выводам Дж. Рейнхольда, в цифровую эпоху происходит сближение реального и виртуального [46], что находится в явном противоречии с традиционным христианским морально-религиозным мировоззрением в России.

В будущем феномен интенсивного взаимопроникновения виртуального и реального миров может привести к невозможности разграничения реальной и виртуальной информационной субстанции в сознании молодого человека, что приведет к ослаблению ориентации во времени и пространстве, нивелированию критического мышления и полному доверию к виртуальному эдвайзеру. Е. Рассказова, В. Емелин, А. Тхостов выявляют явные предпосылки для формирования нового типа личности с поведенческой моделью, позволяющей манипулировать сознанием. Именно эта смесь доступности извне изнутри делает ядро самоидентификации индивида раз-

мытым [47]. М. Эпштейн считает, что потеря идентичности, особенно национальной и гендерной, соответствует тенденциям постмодернизма с его растущим абсурдом и расползанием ткани реальности в неожиданных местах. Форма важнее содержания, знак важнее смысла. «Я» из единого и непротиворечивого превратилось в противоречивое и неоднозначное, эклектичное и фрагментарное [48]. Текст общения не выглядит цельным и связным, а распадается на сознательные и бессознательные заимствования, клише и цитаты. Идентичность индивида становится многомерной и рассеянной; обилие информации, производимой и практически не усваиваемой индивидом, грозит разрывом между человеком и человечеством.

Е. Белинская говорит о возможности построения желаемого «образа я» как о причине приверженности молодых людей социальным сетям, отмечая, что Интернет предоставляет возможность для своеобразной игры с идентичностью – это целый плацдарм для моделирования различных аспектов своего «я» [49]. Исследователь видит специфику сетевой идентичности в способности управлять рассказом о себе. Самое сложное в ней – это процесс соотнесения реальной и виртуальной идентичностей в единой структуре «я». На практике оказывается, что доминирует виртуальная идентичность, поскольку виртуальное пространство является источником искусственного самоусиления. Виртуальное самосозидание – это вариант самопрезентации, а не проявление реального «я». Реальная и виртуальная идентичности не совпадают.

Изменения в содержании и структуре идентичности молодого индивида, обусловленные эпохой межсетевого интеллекта, проявляются в неспособности ориентироваться в неожиданных социальных ситуациях, возникающих в реальном мире. Трансформация идентичности проявляется в навязчивой потребности в саморекламе, в феномене нарративной идентичности – увеличении объема историй о себе, а не представлении себя в действии. Сетевые сообщества позволяют индивиду примерять разные роли и маски. Перепроектирование окружающего пространства в реальной жизни так, чтобы оно соответствовало внутреннему миру желаний человека, требует больших усилий, в то время как в виртуальном пространстве – это довольно просто. Для молодого индивида это виртуальное конструирование своего образа, соотнесенного с образом мира, является своеобразным самоутверждением, свидетельством существования. Выход из ситуации Т. Марцинковская видит в непрерывности относительно управляемой социализации как средства компенсации ускоренной изменчивости социального пространства, так называемой транзитивности [50].

Следует резюмировать, что в психолого-педагогической научной литературе проблеме самооценки посвящено множество исследований, однако тема взаимосвязи между превалирующим видом социальной идентичности студентов и их самооценкой рассмотрена недостаточно.

Цель исследования – обнаружить зависимость между преобладающим виртуальным контекстом жизни и самовосприятием современных студентов в реальном мире, выявить взаимосвязь между превалирующим видом социальной идентичности студентов и их самооценкой, что является важным шагом на пути выработки мер повышения качества их социализации.

Задачи для реализации данной цели следующие:

- обнаружить приоритетные социальные группы, принадлежность к которым испытывают студенты;
- выявить предпочтения сетевых ресурсов студентов;
- проанализировать самооценку студентов как представителей сетевого и университетского сообществ и сделать вывод о наиболее комфортном для них контексте самовосприятия;
- выявить взаимосвязь между превалирующим видом социальной идентичности студентов и их самооценкой;
- определить предпочтительные для студентов каналы социализации в университете;
- выработать меры по укреплению адекватной самооценки студентов.

Гипотезой исследования является предположение о том, что сегодня виртуальная идентичность у студентов превалирует над реальной, в частности, над идентичностью образовательного коллектива, университетской группы, гражданского сообщества и т. д. При этом реальная самооценка демонстрирует значительный отрыв от виртуальной самооценки.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В 2020 году было проведено исследование самооценки 53 студентов направления «Менеджмент» факультета бизнеса Новосибирского государственного технического университета через призму идентичности, то есть с учетом того, с какими социальными группами студенты себя соотносят. Исследование выявило приоритет сетевой идентичности студентов [51], что послужило обоснованием разработки для них ряда офлайн-мероприятий, способных уменьшить зону сетевой зависимости за счет расширения полей других видов идентичности. С осеннего семестра 2022 года по весенний семестр 2024 года со студентами проводилась работа по вовлечению их в организацию и проведение факультетских офлайн-мероприятий, которые были направлены на формирование «мягких навыков» и социально-значимых черт характера. Осенью 2024 года аналогичное исследование прошли 50 студентов того же направления подготовки с целью анализа динамики результатов после оказанного воздействия в офлайн. В исследование был включен вопрос, касающийся приоритетных для студентов каналов социализации.

Проводились опрос посредством анкетирования, а также тестирование («Тест из двадцати утверждений М. Куна и Т. Макпартленда») [52]. М. Кун и Т. Макпартланд делают вывод об адекватности самооценки индивида на основе процентного соотношения положительно оцениваемых им собственных качеств к отрицательно оцениваемым («+» к «-») [52], что и было взято за основу анализа.

В ходе первого этапа исследования студентам было дано задание распределить по степени важности социальные общности, с которыми они себя ассоциируют. При сравнении приоритетов, обозначенных студентами в 2020 и 2024 году, можно обнаружить, что они в целом остались прежними. Вызывает удивление, что из всех социальных групп студенты на первое место ставят семью, хотя число выборов варианта «семья» в 2024 году сократилось на 8%, при этом большее число человек стали ассоциировать себя с «профессиональным сообществом (менеджеры)», произошло увеличение доли данной группы с 5% до 9%. Группы «жители региона» и «жители города» приросли каждая на 2%. По-прежнему высок процент тех, кто ассоциирует себя с сетевым сообществом и практически не претерпела изменений идентификация себя как студентов. Именно эти две группы – «сетевое сообщество» и «студенческое сообщество» являются релевантными для сравнения.

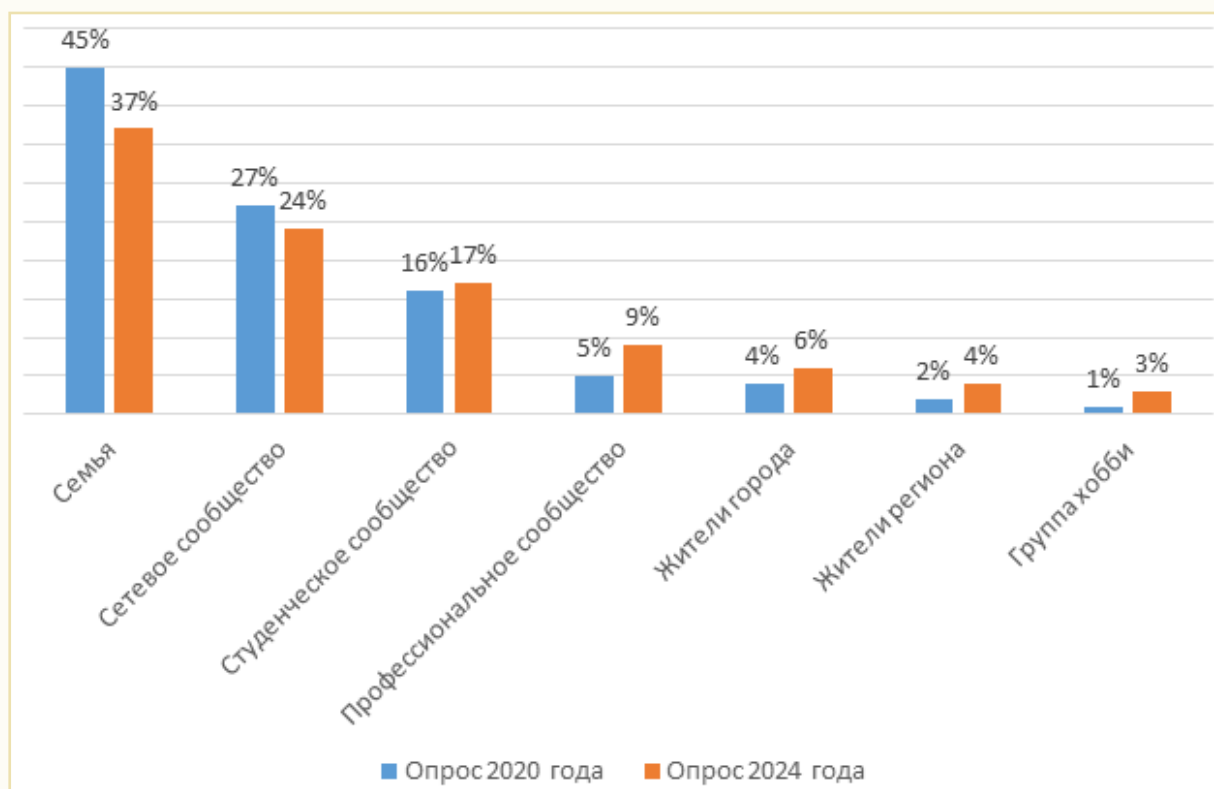


Рисунок 1 Социальные группы, с которыми идентифицируют себя студенты

Второй вопрос касался времени присутствия студентов в интернете в течение дня. Почти на треть сократилось число студентов, находящихся в сети от 3 до 5 часов, более, чем в два раза увеличилась доля тех, кто пользуется интернетом от 1 до 3 часов и в три раза – тех, кто присутствует в глобальной сети от получаса до 1 часа. Однако по-прежнему самая большая доля студентов предпочитает проводить в сети от 3 до 5 часов в день.

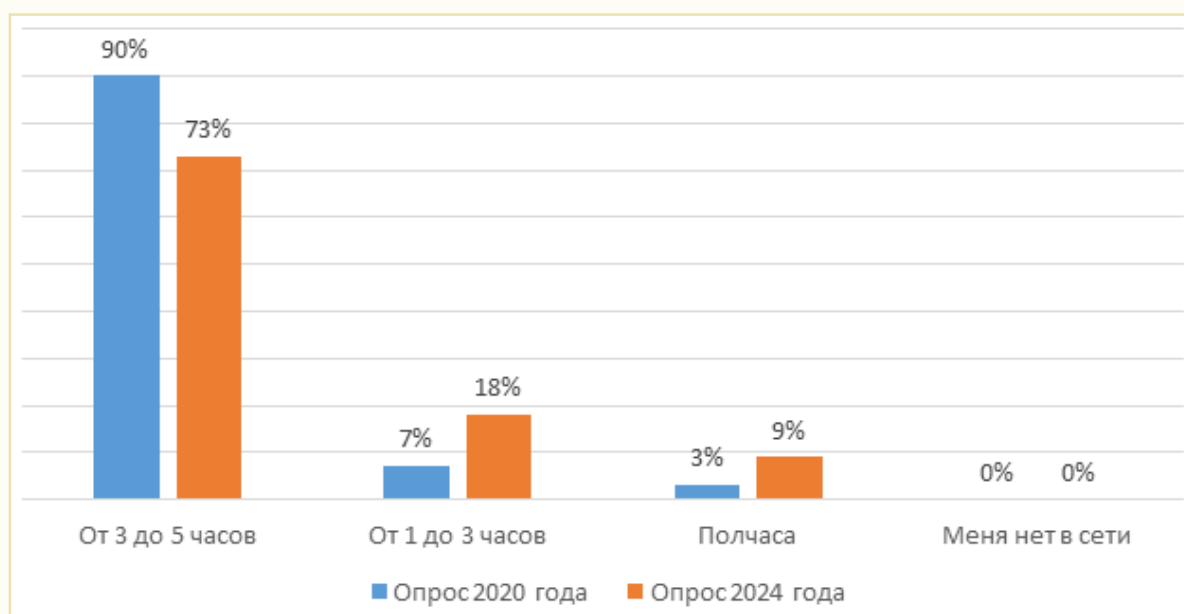


Рисунок 2 Время присутствия студентов в интернете

Затем студенты получили задание определить, какие ресурсы сети у них пользуются наибольшим спросом, следовательно, на них тратится больший временной ресурс. Результаты 2020 года обнаружили лидерство социальных сетей по количеству времени, проводимого студентами на интернет-ресурсах – 65%. На втором месте с заметным отрывом оказались онлайн-игры – 23%; поиск информации для самообразования – 7%, приобретение товаров онлайн-5%. Результаты 2024 года подтвердили эту тенденцию, хотя пребывание в социальных сетях и игровых приложениях снизилось незначительно, однако практически в два раза увеличилась доля ищущих информацию для образования, а также возросло число совершающих покупки посредством сети.

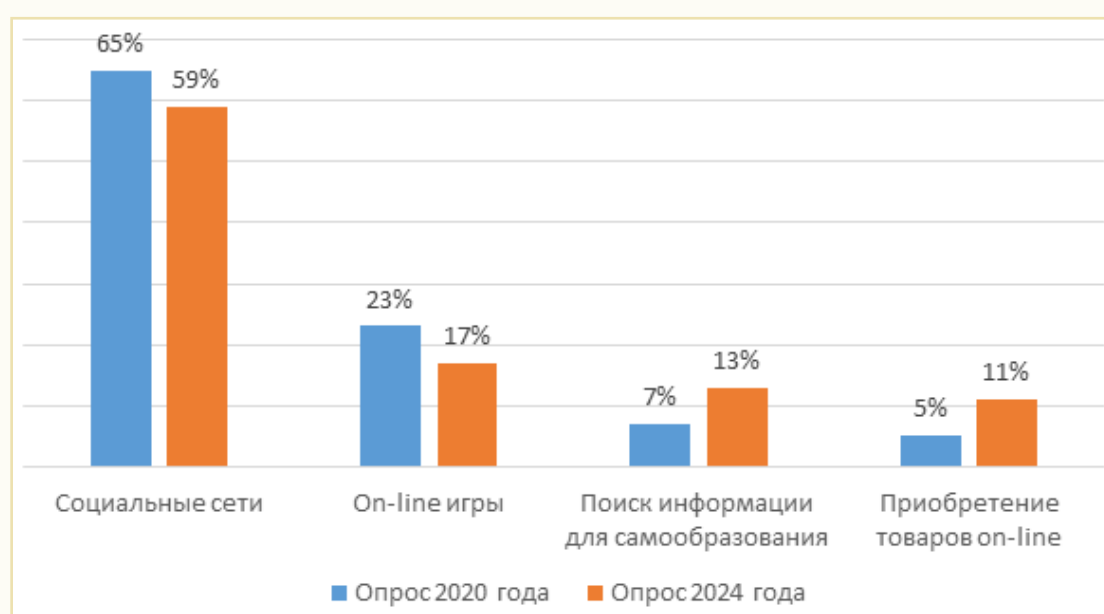


Рисунок 3 Выбор студентами сетевых ресурсов

На следующем этапе студенты были распределены на три группы согласно времени, проводимому ими в сети.

«Тест двадцати утверждений М. Куна и Т. Макпартленда» [50], который зарекомендовал себя при изучении содержательных характеристик идентичности индивида, проводился в группах. Студентам был задан вопрос «Кто я?», на который следовало ответить в свободной форме. Сначала надо было описать «я» как представителя студенческого сообщества, то есть студенческой учебной группы, студента университета с произвольными характеристиками. Затем, через определенный промежуток времени, предстояло описать себя как представителя группы в социальной сети, где регулярно публикуется информация, формирующая внешний имидж.

Как в первом, так и во втором случае, студентам надлежало дать как можно больше ответов на один вопрос: «Кто я?». Каждый новый ответ важно было начинать с новой строки, записывая все спонтанно приходящие в голову варианты. После фиксации характеристик студенты должны были пронумеровать их, поставив порядковый номер слева от каждого ответа. После этого каждая характеристика квалифицировалась по двузначной системе: «+» – знак «плюс» ставился, если студенты позитивно воспринимали данную особенность; «-» – знак «минус» – если студенты негативно относились к ней. Отметка о рейтинге должна была располагаться слева от номера характеристики. После анализа всех характеристик следовало определить, сколько ответов было получено в общей сложности и сколько ответов было получено по каждому признаку. Самооценка определялась в результате сопоставления процентов оценок «+» и «-», которые были установлены, когда студент оценивал каждый из своих ответов на этапе количественной обработки.

Приоритеты каналов социализации в университете студенты обозначили следующим образом (2024 год).

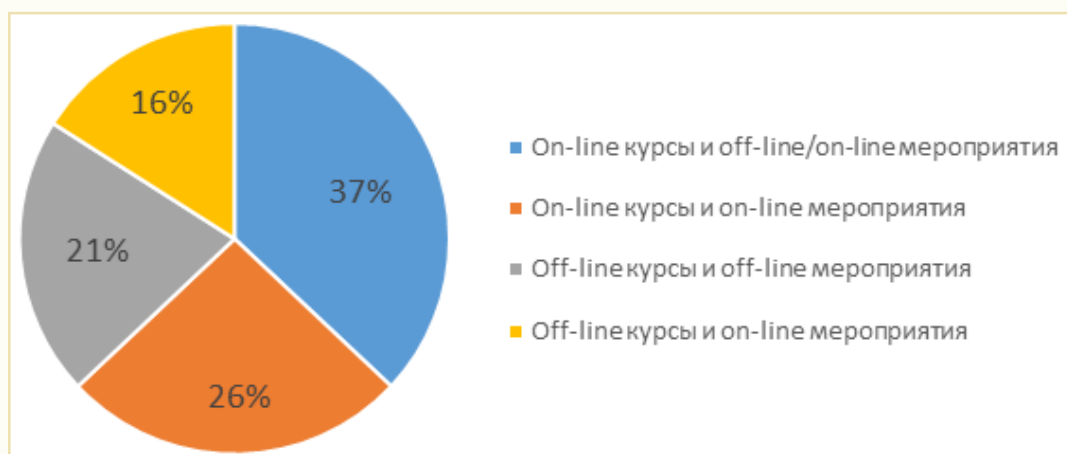


Рисунок 4 Студенческие предпочтения каналов социализации в университете

Студенты продемонстрировали наибольшую заинтересованность в прохождении онлайн-курсов на цифровой платформе НГТУ с посещением офлайн/онлайн-мероприятий, что говорит о востребованности цифрового канала получения информации, который предоставляет возможность организации и проведения гибридных мероприятий.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В исследованиях 2020 и 2024 годов были выявлены три доминирующих типа социальной идентичности студентов: семья, социальная сеть, студенческий коллектив. Преобладающей группой, с которой студенты соотносят себя, является группа «семья», второе место занимает группа «сетевое сообщество», которая существенно опережает группу «студенческий коллектив». Другие группы набрали гораздо меньшее число баллов. Манифестация принадлежности к «сетевому сообществу» указывает на приоритетное звено самоопределения студентов, что важно для выявления качественных характеристик их самооценки.

Представители группы «от 3 до 5 часов присутствия в Интернет» показали наибольшее несоответствие между сетевой личностью и личностью студента. Они обнаружили завышенную оценку своей сетевой личности и низкую оценку себя как представителя студенческого сообщества.

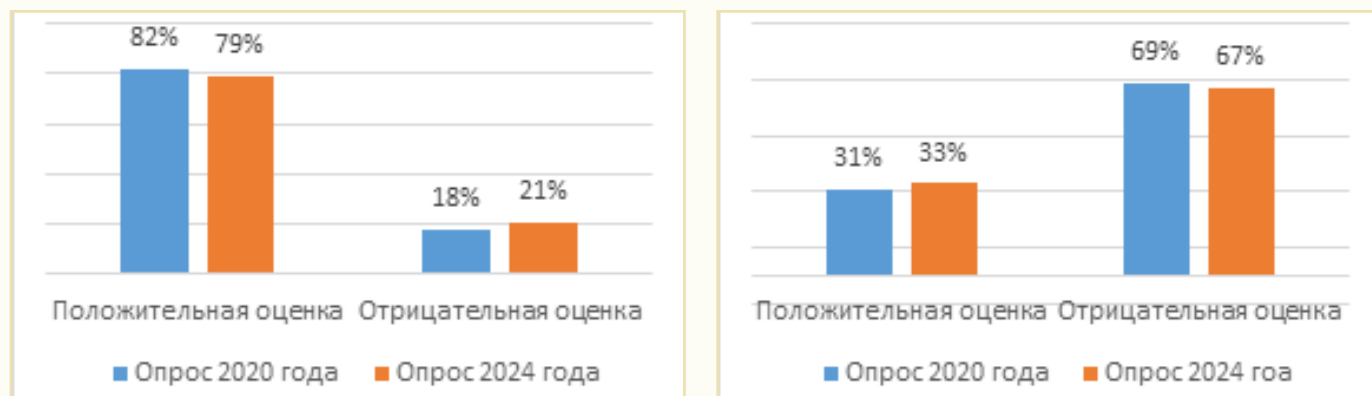


Рисунок 5 Средний процент самооценки студентов, присутствующих в интернете от 3 до 5 и более часов

Представители группы «от 1 часа до 3 часов присутствия в интернете» продемонстрировали не столь явное расхождение между двумя идентичностями. У них оценка себя как представителя сетевого сообщества не столь завышена, как у находящихся в сети 3-5 часов, причем у студентов, отличающихся в целом нестабильным самовосприятием, она ближе к адекватной.

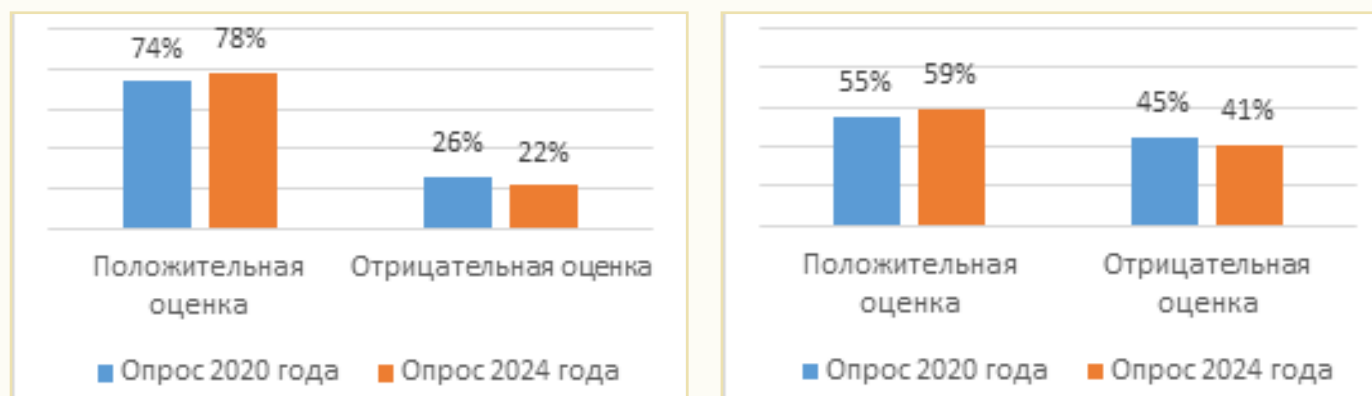


Рисунок 6 Средний процент самооценки студентов, присутствующих в интернете от 1 до 3 часов

Представители группы «от 0,5 часов до 1 часа присутствия в интернете» обнаружили еще меньше различий в самооценках, исходя из разных контекстов. Определены незначительно завышенная оценка ими своей сетевой личности в 2020 и даже немного заниженная в 2024 году, при этом адекватная оценка как представителей студенческого сообщества.

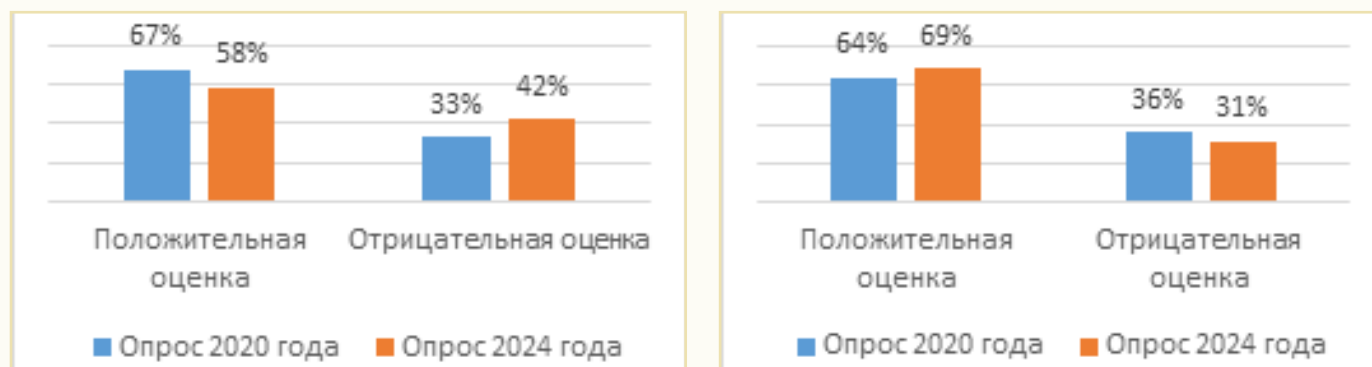


Рисунок 7 Средний процент самооценки студентов, присутствующих в интернете от 0,5 часа до 1 часа

Очевидно, преобладание сетевой идентичности индивида влияет на формирование завышенной самооценки как представителя социальной сети и заниженной – как представителя студенческого сообщества в реальной жизни. Этот дисбаланс является причиной неадекватного восприятия студентами самих себя, что в конечном итоге сказывается на качестве обучения в вузе и взаимоотношениях в учебной группе. Доминирование сетевой идентичности способствует деградации личности в офлайн: идеальный образ вступает в противоречие с реальным, который формируется с учетом завышенных требований при отсутствии ресурсов для их удовлетворения. В сети молодые люди занимаются самостоятельным составлением истории своей жизни, то есть создают свой идеальный образ – тот, которому есть желание соответствовать в реальной жизни. Ощущая себя в контексте сетевой идентичности, индивид склонен переоценивать свои реальные данные, то есть сетевая идентичность провоцирует неоправданно завышенную самооценку. Воспринимая себя как члена студенческого сообщества, индивид погружается в мир ежедневного преодоления трудностей, и на этот мир гораздо сложнее повлиять, чем на мир виртуальный. Самооценки, определяемые в рамках сетевой идентичности и идентичности студента, не совпадают, самооценка студента как представителя студенческого сообщества снижается по мере того, как увеличивается время, проведенное им онлайн. Образуется порочный круг – молодые люди проводят свое время там, где получают положительное подкрепление в виде смайликов и лайков, поэтому они больше идентифицируют себя с сетью.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В результате проведенного в 2020 году исследования был сделан вывод о том, что привычка студентов находиться в социальных сетях заполняет экзистенциальный вакуум из-за отсутствия увлекательного офлайн-контента и позитивных офлайн-подкреплений.

После выявления превалирующей сетевой идентичности студентов была разработана программа офлайн-мероприятий, направленная на то, чтобы студенты стали в большей мере идентифицировать себя с реальной средой окружения, что должно было привести к повышению их самооценки в мире офлайн. В ее основу была положена концепция переживания. По Л. Фахрутдиновой, переживание образует единство с рефлексией, его функция заключается в «переработке» впечатления и встраивании его в структуры сознания, которое при этом претерпевает изменения [53].

Поскольку память обучающегося тесно связана с состоянием сознания, в котором он находится во время получения той или иной информации, то необходимо добиваться активации сознания посредством позитивных переживаний. Д. Зиллман и его коллеги показали, что если уровень активации слишком высок, то её остаток переносится даже на последующую эмоцию, которая в результате усиливается [54]. А. Маслоу и Г. Олпорт также связывали когнитивные способности человека с его самоуважением и мотивацией, которые подкрепляются позитивными переживаниями [16; 55].

Концепция переживания в рамках образовательно-воспитательного процесса на бизнес-факультете НГТУ получила воплощение в реагировании на акты проявления обучающимися своей компетентности и эмоциональном их закреплении, в профилактике вторичной враждебности, в налаживании связей между членами учебных групп, в провокации ситуаций, которые позволили бы студентам пережить положительные эмоции. Для студентов направления «Менеджмент» на регулярной основе проводился интерактивный тренинг по эмоциональному интеллекту «Быть успешным на ФБ! (факультете бизнеса)», студенты были задействованы в организации и проведении анимационных программ в детских домах Новосибирска и Новосибирской области (Искитим, Мошково, Купино, Карасук), в организации и проведении благотворительной ярмарки студенческого декоративного творчества, в организации и проведении студенческого «Дня культуры гражданственности в НГТУ» – студенческого квеста, посвященного правилам поведения с людьми с ограниченными возможностями в условиях города и т. д. Целью мероприятий было укрепление у студентов «университетской» и других несетевых видов идентичности, и, опосредованно, рост самооценки вне сетевого контекста. Следует отметить, что за четыре года число студентов, находящихся в сети от 3 до 5 часов, снизилось на 17%, и на 6% уменьшилась доля выбирающих социальные сети как первостепенный ресурс интернета, что можно считать

позитивным результатом воздействия на студентов офлайн. Однако несмотря на рост «профессиональной», «региональной» и «городской» идентичности, основные пропорции предпочтений студентов остались прежними. Отрицательная оценка себя как представителей студенчества снизилась незначительно.

Исследование 2024 года показало, что переход лидерской позиции от сетевой идентичности к идентичности учебного коллектива, университета у студентов не состоялся. Причина может корениться в том, что, во-первых, вопросы по организации и проведению мероприятий решались при помощи все той же социальной сети, не ассоциирующейся с вузом. Во-вторых, участие в мероприятиях носило добровольный характер и могло отражаться на результатах их функционирования в вузе лишь косвенно. Современные студенты привыкли к получению баллов за все виды своей деятельности, которые повлияют на их успеваемость и сформируют портфолио, поэтому важен мониторинг как учебных, так и внеучебных активностей, организованных вузом. У студентов необходимо сформировать осведомленность о том, какие навыки то или иное мероприятие имеет целью развить и переживание каких эмоций способствует достижению этой цели. Развивающие качества и навыки активности также следует вводить в учебный план. Прагматический подход к своим действиям, во многом сформированный миром цифры, с большим трудом поддается коррекции, что нельзя не учитывать при организации всевозможных образовательно-воспитательных программ. В качестве их консолидатора и координатора должен выступать мощный цифровой инструмент, которому подвластна организация, проведение и мониторинг всех направленных на студентов активностей, а также объединение всех участников образовательно-воспитательного процесса. Такой инструмент обеспечит синергию онлайн- и офлайн-событий в вузе.

В-третьих, следует признать, что общение с помощью гаджетов давно вошло привычку молодых людей и не может уже быть изгнано из ежедневной практики. Следовательно, важно минимизировать негативное влияние цифровых технологий и направить их действие в полезное для когнитивных процессов и социализации молодых людей русло. Цифровое пространство вуза должно стать средой для получения новых знаний, формирования поведенческих и культурных аспектов взросления, а также каналом развития студенческой и профессиональной идентичности. Пандемия COVID-19 в 2020 году повлияла на распространение удалённого обучения, которое резко ускорило процесс киберсоциализации. Очевидно, что сегодня образовательно-воспитательный процесс востребует интерактивные технологии, мощную визуальную поддержку информации. Преподаватель отходит от ретрансляции знаний, становясь консультантом, мотиватором и наставником. При этом процессы коммуникации студентов приобретают относительно управляемый характер.

Актуальна разработка комплексной социализирующей стратегии, которая охватывает широкий спектр деятельности офлайн и онлайн, включая социокультурную адаптацию посредством вовлеченности в активности региона расположения университета, непрерывное образование и трансфер технологий. Эта деятельность уверенно вписывается в спектр направлений реализации третьей миссии университета [56].

Экзистенциальный вакуум (В. Франкл) [57] преодолевается созданием ряда динамичных проблемных ситуаций, предполагающих обилие контактов, поток разнонаправленной информации – это те привычные для молодых людей атрибуты цифрового мира, которыми должна характеризоваться современная образовательная среда для того, чтобы студенты стремились обладать университетской, в частности, факультетской и студенческо-групповой идентичностью. Способствовать этому надлежит такому цифровому инструменту, который позволит индивиду повышать самооценку в режиме реального времени за счет восприятия реакции на себя других людей и быстрой корректировки собственного поведения. Интерактивность и возможность симультанной публикации своих действий позволяет индивиду сразу же видеть их промежуточные и итоговые результаты, что вызывает положительные эмоции и повышает самоуважение от осознания прирастающих достижений. Этот инструмент позволит каждому студенту добиться подлинного, а не иллюзорного успеха, интегрироваться не в одну, а сразу во множество групп, то есть приобрести множественную идентичность, а, следовательно, успешно социализироваться.

Созданию проблемных ситуаций способствует использование коммуникационной UCaaS-платформы (Unified communications as a service). Это унифицированные коммуникации как сервисная технология, представляющая собой интеграцию услуг коммуникативного характера, таких

как мгновенные сообщения, видеоконференция, совместная работа над документами, управление вызовами и распознаванием речи с унифицированными почтовыми системами, проведение крупных массовых мероприятий, совместное обучение. Внедрение данной системы в образовательно-воспитательные процессы в университете позволит студентам ощутить корпоративную идентичность, заметно расширив диапазон их контактов и инициировав потребность в сотрудничестве. Индивидуальное и групповое участие в онлайн-встречах, вебинарах, прохождение онлайн-курсов и общение в мессенджерах – это удобный для студентов цифровой формат работы, предполагающий вступление в контакт с представителями множества социальных групп и непрерывный обмен информацией в режиме реального времени без дополнительных переключений. Ежедневное пользование платформой как рабочим инструментом приведет к формированию у студентов критического мышления, способности концентрировать внимание, сотрудничать при выполнении совместных проектов, что неизбежно поспособствует выработке адекватной самооценки.

UCaaS-платформа содействует интеграции студентов в реальное, а не виртуальное общество. С ее помощью, в отличие от социальных сетей, происходит интерактивное освоение различных видов социального опыта, приводящее к нахождению своего призвания в жизни. Посредством сервиса «Курсы» она предоставляет возможность обучаться в составе малых групп и выполнять совместные задания, получать консультации как университетских наставников, так и внешних экспертов, а также набирать баллы и формировать портфолио. Чем больше в процессе обучения возникнет положительных эмоций за счет общения со множеством представителей как внутреннего, так и внешнего контура университета, персонализированного подхода наставников, и, соответственно, новой информации из совершенно разных сфер деятельности, тем надежнее будет эффект утверждения «я-концепции» студентов. Соответственно, такая практика отличается как от традиционного «педагого-ориентированного», так и от «предмето-ориентированного». Реализуется студентоцентричный подход в обучении и воспитании, принципы которого были заложены основателем гуманистической психологии К. Роджерсом [15].

Три параметра самооценки, о которых говорилось выше – реальное отношение к себе, социальное отношение к себе и идеальная самооценка – получают постепенное и планомерное развитие с помощью цифровой платформы, поэтому ее целесообразно использовать в целях студенческой социализации.

Поскольку коммуникации на онлайн-платформе не уступают по эффективности своим аналогам в офлайн, целесообразно задействовать всевозможные креативные форматы работы студентов в группах с наставником, который может отслеживать в режиме реального времени вовлеченность студентов в процесс, устраивать голосование, разбивать на группы, просить реагировать в чате как вербально, так и с помощью эмодзи. В образовательно-воспитательных целях могут быть организованы встречи с выпускниками университета, добившихся значимых результатов в определенных направлениях подготовки и разделяющих ценности вуза, хакатоны и воркшопы с представителями компаний, круглые столы и панельные дискуссии с представителями власти, конкурсы, видеотуры и экскурсии со студентами из других вузов. Очевидно, что аудитория участников при этом заметно расширяется, привлекаются эксперты разных отраслей города, региона, страны и мира. Таким образом, есть возможность создания межведомственных и межотраслевых консорциумов, общественных объединений и ассоциаций. Канал гибридных коммуникаций позволяет совмещать онлайн- и офлайн-контакты в образовательно-воспитательных и производственно-экономических целях для объединения внутренних и удаленных представителей целевой аудитории вуза. Платформа выступает инициатором и организатором мероприятий офлайн.

Платформы унифицированных коммуникаций внедряют новые функции на основе искусственного интеллекта – протоколы встреч, транскрибация голосового потока спикеров, выявление хайлайтов мероприятия, создание роликов, объединяющих в себе самые важные высказывания и решения, прозвучавшие на встречах.

Есть и функции, направленные на поддержание имиджа – это такие инновации, как бьютификация и умный зум. Функция бьютификации позволяет участникам онлайн-встреч и вебинаров чувствовать себя гораздо уверенней по причине работы специальных алгоритмов на основе машинного обучения. Посредством умного зума участники встречи всегда остаются в центре кадра: камера автоматически фокусируется на лице и приближает его, доступны размытие и замена фона. Однако эти инструменты не направлены на введение в заблуждение и намеренное

приукрашивание реальности, а создание достойного контекста для общения, решение деловых вопросов, что далеко от провоцирующих нарциссизм и тщеславие социальных сетей.

Информатизация образования прежде всего должна заключаться в инновационном преподавании, в укреплении командообразования в студенческой среде, на что и следует направить функции платформы унифицированных коммуникаций. Это интерактивные инструменты для совместной деятельности – работа команд над документами, обмен мнениями в чате, использование интерактивной доски, прохождение курсов. Интенсификация обратной связи между партнерами неизбежно приведет к росту совместных проектов и ускорению трансфера технологий, к большей вовлеченности в социально-культурные проекты города и области, в расширение и обогащение контента университетских курсов непрерывного образования для всех сегментов аудитории университета [58]. И во всем этом самое непосредственное участие будут принимать студенты, что и поспособствует их планомерной социализации.

Происходит усвоение студентами социально-культурных норм, ценностей и образцов поведения, у студентов развивается позитивная «я-концепция», и, в частности, адекватная самооценка, что согласуется с исследованиями Э. Эриксона (теория адаптации) [14], К. Роджерса («я-концепция») [15], У. Джеймса (самооценка, самоидентичность) [19], Ч. Кули («зеркальное я») [20] и Д. Мида (социальные роли личности) [21], находящими зависимость самовосприятия от мнения окружающих людей, вырабатывающегося у них в процессе совместной деятельности.

Посредством использования UCaaS – платформы можно добиться паритета виртуальной и других видов идентичности. Поскольку платформа служит цифровым аналогом живого общения, самооценки, определенные в рамках сетевой идентичности и идентичности студенческой, будут стремиться к сближению. Произойдет развитие национальной, гражданской, профессионально-корпоративной идентичности посредством методик формирования патриотического, гражданского и предпринимательского мышления, заложенных в онлайн-курсы, онлайн-ивенты и другие элементы цифровой экосистемы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в ходе проведенного исследования получены результаты, позволяющие ответить на поставленные вопросы и подтвердить обозначенную выше гипотезу о превалировании виртуальной идентичности у студентов над идентичностью образовательного коллектива, университетской группы, профессионального сообщества и т. д. Получила обоснование необходимость использования инновационного канала студенческой социализации в целях повышения реальной самооценки студентов вследствие обретения принадлежности к таким сообществам как «студенческая группа», «проектная команда», «вуз», «регион», «страна».

Научная новизна работы заключается в обнаружении взаимосвязи преобладающего типа социальной идентичности и самооценки студентов, в предложении способов ее укрепления в рамках программы социализации студентов посредством синергии офлайн и онлайн-активностей, интегрированных цифровой UCaaS – платформой вуза. Первенство сетевой идентичности студентов предлагается сдерживать опять же с помощью сетевой экосистемы, но пронизанной университетскими корпоративными ценностями и контролируемой университетом.

Результаты исследования могут быть использованы воспитательными службами вузов для разработки и реализации инновационных программ социализации, основанных на ценностях университета, повышения благополучия студенческой молодежи с помощью современных ИТ-технологий.

Дальнейшие исследования могут включать анализ полученных результатов в ходе реализации программы социализации студентов, направленной на укрепление различных типов идентичности и формирование адекватной самооценки, необходимой для продуктивной жизнедеятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Организация Объединенных Наций: Что нужно знать о Конвенции о борьбе с дискриминацией в области образования. Доступно по адресу: <https://www.unesco.org/ru/articles/> (дата обращения: 04.02.2025).
2. Рекомендация о воспитании в духе международного взаимопонимания, сотрудничества и мира, воспитания в духе уважения прав человека и основных свобод, принятая Генеральной конференцией на восемнадцатой сессии, Париж, 19 ноября 1974 г. М.: ЮНЕСКО, 1989. 15с.
3. Организация Объединенных Наций: Рекомендации о статусе преподавательских кадров высших учебных заведений. Доступно по адресу: <https://unesdoc.unesco.org/> (дата обращения: 05.02.2025).
4. Организация Объединенных Наций: Цели развития тысячелетия: доклад за 2015 год. Доступно по адресу: <https://mdgreport2015.pdf> (дата обращения: 05.02.2025).
5. Организация Объединенных Наций: Цели устойчивого развития. Доступно по адресу: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (дата обращения: 08.02.2025).
6. Организация Объединенных Наций: Beyond limits: new ways to reinvent higher education. Доступно по адресу: <https://unesdoc.unesco.org/> (дата обращения: 09.02.2025).
7. Fischman W., Gardner H. The real world of college: what higher education is and what it can be. Cambridge: MIT Press, 2022. 408 p.
8. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
9. Плешаков В.А. Теория киберсоциализации личности. М.: Homo Cyberus, 2011. 397 p.
10. Айсина Р.М., Нестерова А.А. Киберсоциализация молодежи в информационно-коммуникационном пространстве современного мира: эффекты и риски // Социальная психология и общество. 2019. № 10(4). С. 42-57. <https://doi.org/10.17759/sps2019100404>
11. Мудрик А.В. Социализация человека. М.: Изд-во МПСИ, 2010. 623 с.
12. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Смысл, Академия, 2005. 352 с.
13. ВЦИОМ. Новости: Социальные сети и мессенджеры: вовлеченность и предпочтения. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/> (дата обращения: 10.08.2024)
14. Эрикссон Э. Идентичность: молодость и кризис. М.: Прогресс, 1996. 342 с.
15. Роджерс К. Взгляд на психотерапию. Становление личности. М.: Прогресс, Универс, 1994. 479 с.
16. Маслоу А. Дальние пределы человеческой психики. СПб.: Питер, 2019. 444 с.
17. Парсонс Т. Социальная система. М.: Академический проект, 2018. 529 с.
18. Cote J.E. The Enduring Usefulness of Erikson's Concept of the Identity Crisis in the 21st Century: An Analysis of Student Mental Health Concerns, Identity. // An International Journal of Theory and Research. 2018. Vol. 18. No. 4. P. 251-263. <https://doi.org/10.1080/15283488.2018.1524328>.
19. Джеймс У. Психология. М.: Гаудеамус: Академический проект, 2011. 316с.
20. Кули Ч. Человеческая природа и социальный порядок. М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. 309 с.
21. Mead G.H. Mind. Self and Society. The University of Chicago Press, 1934. 400 p.
22. Burns R.B. Self-Concept Development and Education. London, New York: Holt, Rinehart and Winston, 1982. 441 p.
23. Rosenberg M. Society and the Adolescent Self-Image. N. J.: Princeton University Press, 1965. 347 p.
24. Wylie R.C. The Self-Concept. A Review of Methodological Consideration and Measuring Instrument. Lincoln: University of Nebraska Press, 1974. 787 p.
25. Monteiro R.P., Coelho G.L.d., Hanel P.H.P. et. al. The Efficient Assessment of Self-Esteem: Proposing the Brief Rosenberg Self-Esteem Scale // Applied Research Quality Life. 2022. Vol. 17. P. 931-947. <https://doi.org/10.1007/s11482-021-09936-4>.
26. Harris R.N., Snyder C.R. The role of uncertain self-esteem in self-handicapping // Journal of Personality and Social Psychology. 1986. Vol. 51. No. 2. P. 451-458. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.2.451>.
27. Rhodewalt F., Morf C.C., Hazlett S., Fairfield M. Self-handicapping: the role of discounting and augmentation in the preservation of self-esteem // Journal of Personality and Social Psychology. 1991. Vol. 61. No. 1. P. 122-131. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.61.1.122>.
28. Ahdel-Khalek A.M. Introduction to the Psychology of self-esteem October. In: Self-esteem: perspectives, influences, and improvement strategies Edition 1. Nova Science Publisher, 2016. P. 1-23.
29. Cameron J.J., White E.E.-L. The content and application of the lay theory of self-esteem // Self and Identity. 2024. No. 1. P. 1-23. <https://doi.org/10.1080/15298868.2024.2434751>.
30. Vartanian L.R., Nicholls K. Prospective associations among self-concept clarity, appearance comparisons, and thin-ideal internalization // Self and Identity. 2024. Vol. 23. No. 7-8. P. 535-546. <https://doi.org/10.1080/15298868.2024.2416657>.
31. Locke K.D. Group identification and perceived self-group similarity: differentiating projection from introjection // Self and Identity. 2023. Vol. 22. No. 6. P. 1027-1051. <https://doi.org/10.1080/15298868.2023.2244723>.
32. Zaw S., Baldwin M. Knowing who I am depends on who I've become: Linking self-concept clarity and temporal self-comparison // Self and Identity. 2023. Vol. 22. No. 6. P. 973-999. <https://doi.org/10.1080/15298868.2023.2244722>

33. Тхостов А.Ш., Емелин В.А. От тамагочи к виртуальному ошейнику: границы технологической нейтральности // Психологические исследования. 2010. № 3(14). <https://doi.org/10.54359/ps.v3i14.890>.
34. Korobeinikova LA., Gil A.Yu. Net Globalization in Modern World // The European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. 2017. 75(V.XXXV-RPTSS). P. 636-644. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2018.02.75>
35. Kislyakov P., Shmeleva E., Rybakova A., Babich E., Belyakova N., Semenov D. Crisis of Social Identity as Threat to Socio-Psychological Security // The European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. 2017. 64(V.XXXV-RPTSS). P. 551-558. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2018.02.64>.
36. Hogg M.A., Vogan G.M. Social Psychology, Pearson Education. UK, 8th edition, 2017. 808 p.
37. Tajfel H., Turner J.C. The social identity theory of inter-group behavior. In: S. Worchel, W. G. Austin (Eds.). Psychology of Intergroup Relations. Chicago: Nelson-Hall, 1986. P. 7-24.
38. Емелин В.А., Рассказова Е.И., Тхостов А.Ш. Влияние информационных технологий на трансформацию совладающего поведения // Вопросы психологии. 2014. №4. С. 49-59.
39. Zhuravleva L.A., Kruzhkova T.I., Lazutina T.V. Virtualization of Youth Deviation As Trend of Information Society // The European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. 2017. 97(V.XXXV-RPTSS). P. 821-828. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2018.02.97>
40. Inglehart R. Cultural Evolution: People's Motivations are Changing, and Reshaping the World. Cambridge: Cambridge University Press, 2018. 273 p.
41. Химанен П. Хакерская этика и дух информационализма. М.: AST, 2019. 256 с.
42. Emelin V.A. Cyberculture and network libertarianism // National Psychological Journal. 2018. Vol. 3. No. 31. P. 3-11. <https://doi.org/10.11621/npj.2018.0301>
43. Baeva L.V. Existential and Ethical Values in an Information Era // Journal of Human Values. 2014. Vol. 20. No. 1. P. 33-43. <https://doi.org/10.1177/0971685813515593>
44. Тхостов А.Ш., Сурнов К.Г. Культура и патология: побочные эффекты социализации // Национальный психологический журнал. 2006. Т. 1. № 1. С. 20-27.
45. Baudrillard J. Consumer society. Its myths and structures. London: Sage, 2016. 240 p.
46. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. М.: Фэйр Пресс, 2006. 415 с.
47. Рассказова Е.Н., Емелин В.А., Тхостов А.Ш. Диагностика психологических последствий воздействия информационных технологий на жизнь человека. Москва: Акрополь, 2015. С. 21-32.
48. Эпштейн М. Постмодернизм в России. Санкт-Петербург: Азбука-Аттикус, 2019. 606 с.
49. Белинская Е. П. Вариативность «я»: кризис идентичности или кризис знаний о ней? // Психологическое исследование. 2015. № 8(40). Доступно по адресу: <http://psystudy.ru>. (дата обращения: 23.10.2024).
50. Марцинковская Т.Д. Психология транзитивности: новые тенденции и закономерности. В кн.: Психология личности (оставаясь в условиях перемен). Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2019. С.154-185.
51. Chernysheva T.L. Identity and self-esteem of student youth in the digital age // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (EpSBS). 2021. Vol. 108: Man. Society. Communication (MSC 2020): intern. sci. and practical conf., Veliky Novgorod, 23-24 Apr. 2020. P. 1384-1392. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2021.0502176>
52. Kuhn M.H., McPartland T.S. An Empirical Investigation of Self-Attitudes // American Sociological Review. 1954. № 19(1). P. 68-76. <https://doi.org/10.2307/2088175>
53. Фахрутдинова Л.Р. Теория переживания субъекта. Казань: Издательство Казанского университета, 2015. С. 92 - 93.
54. Zillmann D. Excitation transfer in communication-mediated aggressive behavior // Journal of Experimental Social Psychology. 1971. №7. P. 419-434.
55. Олпорт Г. Становление личности. М.: Смысл, 2002. С. 119-120.
56. Франкл В. Человек в поисках смысла. М.: Прогресс, 1990. 366 с.
57. Чернышева Т.Л. Третья миссия университета. Доминанта образовательной функции: монография. Новосибирск: НГТУ, 2020. 303 с.
58. Чернышева Т.Л. Роль платформы унифицированных коммуникаций в реализации современным университетом третьей миссии // Перспективы науки и образования. 2024. № 4(70). <https://doi.org/10.32744/pse.2024.4.42>

REFERENCES

1. UNESCO: What you need to know about the Convention against Discrimination in Education. Available at: <https://www.unesco.org/ru/articles/> (accessed 04 February 2025). (In Russ.)
2. Recommendation on education in the spirit of international understanding, cooperation and peace and education in the spirit of respect for human rights and fundamental freedoms, adopted by the General Conference at the eighteenth session, Paris, November 19, 1974. Moscow, UNESCO Publ., 1989, 15p. (In Russ.)
3. UNESCO: Recommendations on the Status of University Teaching Staff. Available at: <https://unesdoc.unesco.org/> (accessed 05 February 2025). (In Russ.)

4. UNESCO: The Millennium Development Goals: 2015 report. Available at: <https://mdgreport2015.pdf> (accessed 05 February 2025). (In Russ.)
5. UNESCO: Sustainable Development Goals. Available at: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (accessed 08 February 2025). (In Russ.)
6. UNESCO: Beyond limits: new ways to reinvent higher education. Available at: <https://unesdoc.unesco.org/> (accessed 05 February 2025). (In Eng.)
7. Fischman W., Gardner H. The real world of college: what higher education is and what it can be. Cambridge, MIT Press, 2022, 408 p. (In Eng.)
8. Castells M. The Information Age: Economics, Society and Culture. Moscow, Higher School of Economics Publ., 2000, 608 p. (In Russ.)
9. Pleshakov V.A. The theory of cybersocialization of the person. Moscow, Homo Cyberus Publ., 2011, 397 p. (In Russ.)
10. Aisina R.M., Nesterova A.A. Cybersocialization of youth in the information and communication space of the modern world: effects and risks. *Social psychology and society*, 2019, vol. 10, no. 4, pp. 42-57. DOI: 10.17759/sps2019100404. (In Russ.)
11. Mudrik A.V. Human socialization. Moscow, MUPSS Publ. house, 2010, 623 p. (In Russ.)
12. Leontiev A.N. Activity. Conscience. Personality. Moscow, Smysl, Akademy Publ., 2005, 352 p. (In Russ.)
13. All-Russian Center for the Public Opinion Study of Public. News: Social networks and messengers: engagement and preferences. Available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/> (accessed 10 August 2024).
14. Ericson E. Identity: youth and crisis. Moscow, Progress Publ., 1996, 342 p. (In Russ.)
15. Rogers K.R. A view on psychotherapy. Becoming a person. Moscow, Progress, Univers Publ., 1994, 479 c. (In Russ.)
16. Maslow A. The far limits of the human psyche, Saint-Petersburg, Piter Publ., 2019, 444 p. (In Russ.)
17. Parsons T. The Social System. Moscow, Academic Project Publ., 2018, 529 p. (In Russ.)
18. Cote J.E. The Enduring Usefulness of Erikson's Concept of the Identity Crisis in the 21st Century: An Analysis of Student Mental Health Concerns, Identity. *International Journal of Theory and Research*, 2018, vol. 18, no. 4, pp. 251-263. DOI: 10.1080/15283488.2018.1524328
19. James W. Psychology. Moscow, Gaudeamus, Akad. Project Publ., 2011, 316 p. (In Russ.)
20. Cooley Ch. Human nature and social order. Moscow, Idea-Press, Intellectual Book House Publ., 2000, 309 p. (In Russ.)
21. Mead G.H. Mind. Self and Society. The University of Chicago Press, 1934, 400 p.
22. Burns R.B. Self-Concept Development and Education. Holt, Rinehart and Winston, 1982, 441 p.
23. Rosenberg M. Society and the Adolescent Self-Image. N.J., Princeton University Press, 1965, 347 p.
24. Wylie R.C. The Self-Concept. A Review of Methodological Consideration and Measuring Instrument. Lincoln, University of Nebraska Press, 1974, 787 p.
25. Monteiro R.P., Coelho G.L.d., Hanel P.H.P. et. al. The Efficient Assessment of Self-Esteem: Proposing the Brief Rosenberg Self-Esteem Scale. *Applied Research Quality Life*, 2022, vol. 17, pp. 931-947. DOI: 10.1007/s11482-021-09936-4
26. Harris R.N., Snyder C.R. The role of uncertain self-esteem in self-handicapping. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1986, vol. 51, no. 2, pp. 451-458. DOI: 10.1037/0022-3514.51.2.451
27. Rhodewalt F., Morf C.C., Hazlett S., Fairfield M. Self-handicapping: the role of discounting and augmentation in the preservation of self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1991, vol. 61, no. 1, pp. 122-131. DOI: 10.1037/0022-3514.61.1.122
28. Ahdel-Khalek A.M. Introduction to the Psychology of self-esteem. In: Self-esteem: perspectives, influences, and improvement strategies Edition 1. Nova Science Publisher, 2016, pp. 1-23.
29. Cameron J.J., White E.E.-L. The content and application of the lay theory of self-esteem. *Self and Identity*, 2024, pp. 1-23. DOI: 10.1080/15298868.2024.2434751
30. Vartanian L.R., Nicholls K. Prospective associations among self-concept clarity, appearance comparisons, and thin-ideal internalization. *Self and Identity*, 2024, vol. 23, no. 7-8, pp. 535-546. DOI: 10.1080/15298868.2024.2416657
31. Locke K.D. Group identification and perceived self-group similarity: differentiating projection from introjection. *Self and Identity*, 2023, vol. 22, no. 6, pp. 1027-1051. DOI: 10.1080/15298868.2023.2244723
32. Zaw S., Baldwin M. Knowing who I am depends on who I've become: Linking self-concept clarity and temporal self-comparison. *Self and Identity*, 2023, vol. 22, no. 6, pp. 973-999. DOI: 10.1080/15298868.2023.2244722
33. Tkhostov A.Sh., Emelin V.A. From the tamagotchi to the virtual collar: the boundaries of technology neutrality. *Psychological Research*, 2010, vol. 6, no. 14. Available at: <http://psystudy.ru> (accessed 27 August 2024). (In Russ.)
34. Korobeinikova LA., Gil A.Yu. Net Globalization in Modern World. *The European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS*, 2017, 75(V.XXXV-RPTSS), pp. 636-644. DOI: 10.15405/epsbs.2018.02.75. (In Eng.)
35. Kislyakov P., Shmeleva E., Rybakova A., Babich E., Belyakova N., Semenov D. Crisis of Social Identity as Threat to Socio-Psychological Security. *The European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS*, 2017, 64(V.XXXV-RPTSS), pp. 551-558. DOI: 10.15405/epsbs.2018.02.64. (In Eng.)

36. Hogg M.A., Vogan G.M. Social Psychology, Pearson Education. UK, 8th edition, 2017, 808 p.
37. Tajfel H., Turner J.C. The social identity theory of inter-group behavior. In: S. Worchel, W. G. Austin (Eds.). Psychology of Intergroup Relations, Chicago, Nelson-Hall, 1986, pp. 7-24.
38. Emelin V.A., Rasskazova E.I., Tkhostov A.Sh. Influence of information technologies on the transformation of coping behavior. *Questions of psychology*, 2014, vol. 4, pp. 49-59. (In Russ.)
39. Zhuravleva L.A., Kruzhkova T.I., Lazutina T.V. Virtualization of Youth Deviation As Trend of Information Society. *The European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS*, 2017, 97(V.XXXV-RPTSS), pp. 821-828. DOI: 10.15405/epsbs.2018.02.97. (In Eng.)
40. Inglehart R. Cultural Evolution: People's Motivations are Changing, and Reshaping the World. Cambridge University Press, 2018, 273 p.
41. Himanen P. The hacker ethic and the spirit of informationalism. Moscow, AST Publ., 2019, 256 p. (In Russ.)
42. Emelin V.A. Cyberculture and network libertarianism. *National Psychological Journal*, 2018, vol. 3, no. 31, pp. 3-11. (In Russ.)
43. Baeva L.V. Existential and Ethical Values in an Information Era. *Journal of Human Values*, 2014, vol. 20, no. 1, pp. 33-43. DOI: 10.1177/0971685813515593 (In Eng.)
44. Tkhostov A.Sh., Surnov K.G. Culture and pathology: side effects of socialization. *National Psychological Journal*, 2006, vol. 1, no. 1, pp. 20-27. (In Eng.)
45. Baudrillard J. Consumer society. Its myths and structures. London, Sage Publ., 2016, 240 p.
46. Reinhold G. Smart crowd: a new social revolution. Moscow, Fair press Publ., 2006, 415 p. (In Russ.)
47. Rasskazova E.N., Emelin V.A., Tkhostov A.Sh. Diagnosis of psychological consequences of the impact of information technology on human life. Moscow, Acropolis Publ., 2015, pp. 21-32. (In Russ.)
48. Epstein M. Postmodernism in Russia. Saint Petersburg, Azbuka-Atticus Publ., 2019, 606 p. (In Russ.)
49. Belinskaya E.P. Variability of the self: crisis of identity or crisis of knowledge about it? *Psychological Research*, 2015, vol. 8, no. 40. Available at: <http://psystudy.ru>. (accessed 23 October 2024). (In Russ.)
50. Martsinkovskaya T.D. Psychology of transitivity: new trends and patterns. In: Psychology of personality (staying in change). Saint Petersburg, Saint Petersburg University Press, 2019, pp. 154-185. (In Russ.)
51. Chernysheva T.L. Identity and self-esteem of student youth in the digital age. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (EpSBS)*, 2021, vol. 108, pp. 1384-1392. DOI: 10.15405/epsbs.2021.0502176. (In Eng.)
52. Kuhn M.H., McPartland T.S. An Empirical Investigation of Self-Attitudes. *American Sociological Review*, 1954, vol. 19, no. 1, pp. 68-76. DOI: 10.2307/2088175
53. Fakhrutdinova L.R. Theory of the subject's experience. Kazan, Kazan University Press, 2015, pp. 92 -93. (In Russ.)
54. Zillmann D. Excitation transfer in communication-mediated aggressive behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1971, no. 7, pp. 419-434. (In Eng.)
55. Allport G. Formation of the personality. Moscow, Smysl Publ., 2002, p. 119. (In Russ.)
56. Frankl V. Man in search of meaning. Moscow, Progress Publ., 1990, 366 c. (In Russ.)
57. Chernysheva T.L. The third mission of the University. The dominant educational function. Novosibirsk, NSTU Publ. house, 2020, 303 p.
58. Chernysheva T.L. The role of the unified communications platform in the implementation of the third mission by a modern university. *Perspectives of science and education*, 2024, vol. 4, no. 70. DOI: 10.32744/pse.2024.4.42. (In Russ.)

Автор

Чернышева Татьяна Леонидовна

(Россия, Новосибирск)

Доцент, кандидат филологических наук, доцент кафедры
маркетинга и сервиса факультета бизнеса

Новосибирский государственный технический университет

E-mail: tablack@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-5637-3074

Author

Tatyana L. Chernysheva

(Russia, Novosibirsk)

Associate Professor, Cand. Sci. (Educ.), Associate Professor
of the Department of Marketing and Service, Faculty of

Business

Novosibirsk State Technical University

E-mail: tablack@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-5637-3074

Вклад автора

Чернышева Т. Л.: концептуализация, методология,
верификация данных, проведение исследования,
создание рукописи и ее редактирование, визуализация,
администрирование проекта

Author contribution

Tatyana L. Chernysheva: Conceptualization,
Methodology, Validation, Investigation, Resources,
Writing - Review & Editing, Visualization,
Project administration

© Чернышева Т. Л., 2025

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов

© Tatyana L. Chernysheva, 2025

The author declared no conflicts of interest