

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ФАКТОР САМОИДЕНТИФИКАЦИИ

Триполка А. В.

Научный руководитель – к. филос., н. Горячковская А.Н.

Харьковский национальный университет радиоэлектроники
61166, Харьков, пр. Ленина, 14, каф. философии, тел. (057) 702-14-65

E-mail: philos@kture.kharkov.ua

In this paper the problems of self-identification in social networks were considered. There is a feasibility of shifting the real identity at the cost of the virtual one. Between the virtual self-presentation and the real identity exists the correlation of mutual interactions. Operations with personal identity on the network can be evaluated as an attempt to isolate own psychological "me" from the real world.

Информационное общество формирует новую реальность самопрезентации. Культура виртуальной реальности реструктурирует социум вокруг противостояния сетевых систем (net) и личности (self). Интернет как новый вид социальной реальности предоставляет новые возможности самоидентификации и самопрезентации, возвращая нас к давно известной, однако по-новому актуальной проблеме «подлинного» и «мнимого» Я, соотношения социальной роли человека и self, игрового Я-для-других и переживаемого Я-для-себя. Особенности Интернет-коммуникации – анонимность и ограниченный сенсорный опыт, – предлагают новый эксперимент с собственной идентичностью, формируя вопрос: как связана самопрезентация в Интернет-коммуникации с реальной идентичностью человека?

Данная тема широко исследуется не только психологами. Актуальность проблемы перекликается с главными особенностями современной культуры. Характерный для нее этос незавершенности, открытости личности, и, следовательно, выделение потенциальности как отличительной черты человеческого существования ставят задачу изучения не только актуального, но и возможного бытия [1].

К позитивным аспектам личностного развития в процессе Интернет-общения исследователи относят возможность преодоления коммуникативного дефицита и расширения круга общения, повышения информированности в обсуждаемых вопросах, защищенность от грубых манипулятивных действий, обмен ситуативными эмоциональными состояниями и настроениями [2].

Основной же негативной стороной коммуникативного воздействия Интернета выступает зависимость или Интернет-аддикция. Виртуальное общение способно целиком затягивать субъекта, не оставляя времени и сил на другие виды деятельности. Такой ситуации способствует высокая степень анонимности пребывания в киберпространстве. Аддикция обнаруживается не только в сфере сетевого общения, но и как

привязанность к играм в Интернете, электронным покупкам и аукционам; страсть к навигации по WWW; пристрастие к виртуальным сексуальным суррогатам.

Виртуальная самопрезентация делает возможным выражение запретных в реальности агрессивных тенденций, высказывание взглядов, которые невозможно озвучить в реальности даже самым близким людям, выражение подавляемых сторон личности, удовлетворение запретных сексуальных побуждений, желания контроля над другими людьми, манипулятивных стратегий. Самопрезентация в Интернете оказывает влияние на социальную идентичность не только за счет принадлежности к определенному виртуальному сообществу, но и за счет противопоставления ему – намеренно девиантного, конфликтного поведения.

Существует возможность изменения реальной идентичности посредством виртуальной, поскольку отношения между ними интерактивны. Эксперименты в Сети можно оценивать с точки зрения расширения перспектив самопознания, а можно – с позиций ухода от реального социального взаимодействия в бессознательном страхе потери самого себя [3]. Традиционный социальный мир жестко объектен и структурирован, он исходно задает человеку рамки, обуславливая его как социальный объект (границами пола, возраста, национальности, профессиональной принадлежности и пр.). Социальная Интернет-реальность принципиально безгранична, но необходимым условием существования в ней также является решение задачи самоопределения. Установление «границ» возможно как перенос в виртуальное пространство наработанных в социальном мире символов и/или как переосмысление ценностных ориентиров и формирование себя в качестве «иного» активного субъекта, то есть через виртуальную реконструкцию персональной идентичности. Решение этой двойной задачи и позволяет человеку стать субъектом не только социального, но и информационного мира.

Перечень ссылок

1. Семпси, Дж. Психонетическая психология: обзор литературы по психологическим и социальным аспектам многопользовательских сред (MUD) в киберпространстве // Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. М.: 2000. – С. 77-99.

2. Курчакова, Н.А. Формы самопрезентации в блоге / Н.А. Курчакова // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. СПб., 2007. – С. 132–163.

3. Гордеев, Н.В. Вариативность самопрезентации личности в Интернет-Среде / Н.В. Гордеев / Актуальні проблеми психології //Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка / за ред. С.Д. Максименка, В.Д. Потапової. – Т. XV, ч. 1. – К., 2008. – С. 192-200.